

# **PENGARUH FAKTOR SOSIAL DAN FAKTOR PRIBADI TERHADAP KEPUTUSAN MASYARAKAT MENGGUNAKAN JASA KSU SURYA MUHAMMADIYAH**

## **SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat

Meraih Gelar Sarjana Ekonomi



Oleh :

**RICHA LUTHFIATUN NISA' OCTAVIANDINI**

**NIM : 502180048**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTHAN THAHA  
SAIFUDDIN**

**JAMBI**

**2023**

## SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Richa Luthfiatun Nisa Octaviandini  
NIM : 502180048  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan : Perbankan Syariah

Dengan ini menyatakan bahwa Skripsi yang saya susun dengan judul: **“PENGARUH FAKTOR SOSIAL DAN FAKTOR PRIBADI TERHADAP KEPUTUSAN MASYARAKAT MENGGUNAKAN JASA KSU SURYA MUHAMMADIYAH”** adalah benar-benar hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan plagiat dari Skripsi orang lain. Apabila kemudian hari pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademis yang berlaku (dicabut predikat kelulusan dan gelar kesarjanaannya).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, untuk dapat dipergunakan bilamana diperlukan.

Jambi,  
Pembuat Pernyataan



Richa Luthfiatun Nisa Octaviandini

Jambi, 7 Maret 2023

Pembimbing I : Drs. H. Sissah, M.H.I  
Pembimbing II : Muhammad Subhan, M.E  
Alamat : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi  
Jalan Arif Rahman Hakin Nomor 1 Telanaipura Jambi 36122  
Website : <https://febi.uinjambi.ac.id>

Kepada Yth,  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi  
Di-  
Jambi

#### NOTA DINAS

*Assalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Setelah membaca dan mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat bahwa skripsi saudari Richa Luthfiatun Nisa Octaviandini NIM: 502180048 yang berjudul: **“PENGARUH FAKTOR SOSIAL DAN FAKTOR PRIBADI TERHADAP KEPUTUSAN MASYARAKAT MENGGUNAKAN JASA KSU SURYA MUHAMMADIYAH”** telah disetujui dan diajukan untuk diujikan pada ujian skripsi dengan tujuan melengkapi tugas dan memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S.1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi.

Maka dengan ini kami mengajukan skripsi tersebut agar dapat diterima dengan baik. Demikian nota dinas ini kami buat, kami ucapkan terimakasih. Semoga bermanfaat bagi kepentingan agama, nusa, dan bangsa.

*Wassalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Yang Menyatakan,

Dosen Pembimbing I



Drs. H. Sissah, S.Ag., M.H.I  
NIP. 196502151999031001

Dosen Pembimbing II



Muhammad Subhan, S.Ag., M.E  
NIP. 197411202014111001



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTHAN THAHA SAIFUDDIN JAMBI  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Arif Rahman Hakim No.1 Telanaipura Jambi 36122 Telp./Fax: (0741) 65600 Website: febi.uinjambi.ac.id

**PENGESAHAN SKRIPSI**

Nomor : B-16/D.V/PP.00.9/04/2023

Skrripsi dengan judul "Pengaruh Faktor Sosial dan Faktor Pribadi Terhadap Keputusan Masyarakat Menggunakan Jasa KSU Surya Muhammadiyah" yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : Richa Luthfiatun Nisa' Octaviandini  
NIM : 502180048  
Tanggal ujian skripsi : Selasa, 04 April 2023  
Nilai munaqasyah : 74,87 (B)

Dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Sarjana Strata Satu (S.1) UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi.

Tim Munaqasyah/Tim Penguji  
Ketua Sidang

Dr. A.A. Miftah, M.Ag  
NIP. 19731125 199603 1 001

Pengun

Erwin Saputra Siregar, M.E  
NIP. 19901231 201903 1 019

Penguji II

Ogi Saputra, M.E  
NIP. 2001119103

Pembimbing I

Drs. H. Sissah, M.H.I  
NIP. 19650215 199903 1 001

Pembimbing II

Muhammad Subhan, M.E  
NIP. 19741120 201411 1 001

Sekretaris Sidang

Hareastoma, M.A

Jambi, 11 April 2023  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi  
Dekan

Dr. A.A. Miftah, M.Ag  
NIP. 19731125 199603 1 001

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sunthra Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sunthra Jambi

## MOTTO

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اصْبِرُوا وَصَابِرُوا وَرَابِطُوا

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman, bersabarlah engkau dan kuatkanlah kesabaranmu”

(Qs. Al Imran : 200)<sup>1</sup>

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

<sup>1</sup> Kementerian Agama RI Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Quran. *Al-Qur'an dan Terjemahan*. (Surabaya: Penerbit Nur Ilmu, 2020), 76

## PERSEMBAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

*Alhamdulillahirrobbil'aalamiin*

Puji syukur kepada Allah SWT atas segala nikmat, karunia, serta kemudahan yang telah Engkau berikan, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Sholawat serta salam juga tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah membawa umat manusia dari zaman jahiliyah menuju zaman yang penuh dengan ilmu pengetahuan seperti saat ini.

Skripsi ini penulis persembahkan untuk ayahanda **Rochmatul Latief Andi Suprpto** dan ibunda **Mayang Sari** yang telah memberikan kasih sayang melalui doa dan ridhoNya, serta memberikan dukungan secara moril dan juga materi. Terimakasih atas semua yang kalian berikan selama ini, mungkin baru karya kecil ini yang dapat anakmu berikan, dan semoga Allah mengizinkan untuk membalas semua kebaikan yang telah kalian berikan. Aamiin..

Teruntuk adik saya **Ridwan Nur Arief Andika, Revail Malik Andika**, dan **Revinza Maulana Andika** terimakasih juga saya capkan untuk segala dukungan dan doa kalian.

Tak terlupakan, sahabat-sahabat saya **Nikmatul Maula, Veni Erniawanti**, dan **Sholikhah Ratna Dewi** yang selalu ada disaat susah dan senang, juga selalu ada untuk mendengarkan keluh kesah. Terimakasih untuk segala dukungan, do'a serta semangat yang luar biasa hingga selesailah skripsi ini. Tanpa kalian mungkin masa-masa perkuliah ini akan biasa-biasa saja. Dan terimakasih juga saya sampaikan untuk teman seperjuangan di lokal B dan teman-teman bimbingan.

Semoga kita semua selalu dalam ridhoNya, dan segala perbuatan baik mendapat ganjaran dari Allah SWT. Amin yaarobbal 'alamiin...

## ABSTRAK

Skripsi ini berjudul “Pengaruh Faktor Sosial dan Faktor Pribadi Terhadap Keputusan Masyarakat Menggunakan Jasa KSU Surya Muhammadiyah Desa Pematang Kolim”. Hadirnya organisasi seperti lembaga keuangan Islam yang membantu mensejahterakan masyarakat sesuai dengan fungsinya yaitu menyimpan uang dan memberikan bantuan pinjaman untuk modal usaha dan konsumsi. Jenis LKM ada berbagai macam bentuk, salah satunya adalah koperasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh faktor sosial dan faktor pribadi terhadap keputusan masyarakat menggunakan jasa KSU Surya Muhammadiyah baik secara parsial maupun simultan.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan 50 sampel yang diambil dengan metode purposive sampling dari populasi konsumen KSU Surya Muhammadiyah. Teknik pengumpulan data dengan wawancara, observasi, kuesioner, dan dokumentasi. Kemudian dilakukan pengujian terhadap kuesioner dengan uji validitas dan uji reliabilitas untuk memastikan keakuratan kuesioner. Selanjutnya dilakukan uji asumsi klasik dan uji hipotesis meliputi uji regresi linier berganda, koefisien determinasi ( $R^2$ ), uji t, dan uji F.

Hasil penelitian ini adalah sebagai berikut: (1) Faktor sosial berpengaruh terhadap keputusan masyarakat menggunakan jasa KSU Surya Muhammadiyah, dengan nilai t hitung sebesar 2,254 sedangkan t tabel sebesar 2,012 atau t hitung > t tabel dan tingkat signifikansi  $0,026 < 0,05$ . (2) Faktor pribadi berpengaruh terhadap keputusan masyarakat menggunakan jasa KSU Surya Muhammadiyah, dengan nilai t hitung sebesar 3,093 sedangkan t tabel sebesar 2,012 atau t hitung > t tabel dan tingkat signifikansi  $0,003 < 0,05$ . (3) Faktor sosial dan pribadi secara simultan berpengaruh terhadap keputusan masyarakat menggunakan jasa KSU Surya Muhammadiyah. Dimana nilai sig  $0,000 < 0,005$  dan F hitung  $79,385 > F$  tabel 3,20.

Dapat disimpulkan dari hasil uji tersebut, yaitu: (1)  $H_1$  diterima dan  $H_0$  ditolak, (2)  $H_2$  diterima dan  $H_0$  ditolak, (3)  $H_3$  diterima dan  $H_0$  ditolak. Apabila jumlah konsumen mengalami penurunan, hendaklah perlu diperhatikan faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi minat konsumen dalam memilih pembiayaan di KSU Surya Muhammadiyah Desa Pematang Kolim

**Kata Kunci: Faktor Sosial, Faktor Pribadi, Keputusan Masyarakat**

## ABSTRACT

*This essay is entitled “The Influence of Social Factors and Personal Factors on People’s Decisions to Use the Services of KSU Surya Muhammadiyah Pematang Kolim Village”. The existence of organizations such as Islamic financial institutions that help improve the welfare of society according to their function, namely saving money and providing loan assistance for business capital and consumptions. There are various types of LKM, one of which is cooperatives. This study aims to determine the influence of social factors and personal factors on people’s decisions to use the services of KSU Surya Muhammadiyah, either partially or simultaneously.*

*This Study used a quantitative method using 50 samples taken by purposive sampling method from the KSU Surya Muhammadiyah customer population. Data collection technique were interviews, observation, questionnaires, and documentations. Then, the questionnaires were tested with validity and reliability tests to ensure the accuracy of the questionnaires. Furthermore, classical assumption tests and hypothesis tests were carried out including multiple linear regression tests, the coefficient of determination ( $R^2$ ),  $t$ -test, and  $F$ -test*

*The results of this study are as follows: (1) social factors have effect on people’s decitions to use services of KSU Surya Muhammadiyah, with a  $t$  count of 2,254 while  $t$  table of 2,012 or  $t$  count  $<$   $t$  table and a significance level of  $0,026 > 0,05$ . (2) personal factors influence people’s decitions to use the services of KSU Surya Muhammadiyah, with a  $t$  count of 3,093 while  $t$  table is 2,012 or  $t$  count  $>$   $t$  table and a significance level of  $0,003 < 0,05$ . (3) social and personal factors simultaneously influence the community’s decition to use the services of KSU Surya Muhammadiyah. Where the sig value is  $0,000 < 0,005$  and  $F$  count is  $79,385 >$   $F$  table 3,20..*

*It can be concluded from the test results, namely: (1)  $H_1$  is accepted and  $H_0$  is rejected, (2)  $H_2$  is a accepted and  $H_0$  is rejected, (3)  $H_3$  is accepted and  $H_0$  is rejected. If the number of customers decreases, it is necessary to pay attention to these factors anything that can influence customer interest in choosing at KSU Surya Muhammadiyah Pematang Kolim Village.*

**Keywords: Social Factors, Personal Factors, Community Decisions**



## KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirobbil’alamiin, segala puji syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan nikmat kepada penulis sehingga skripsi ini dapat selesai dengan baik. Sholawat serta salam selalu tercurah limpahkan untuk Nabi Muhammad SAW yang telah membawa manusia ke zaman yang penuh dengan ilmu pengetahuan. Skripsi ini berjudul **“Pengaruh Faktor Sosial dan Faktor Pribadi Terhadap Keputusan Masyarakat Menggunakan Jasa KSU Surya Muhammadiyah”** yang disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak lepas dari bantuan segala pihak, untuk itu penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Drs. H. Sissah, M.HI selaku pembimbing I dan bapak Muhammad Subhan, M.E selaku pembimbing II, terimakasih atas arahan dan bimbingannya semoga Allah SWT senantiasa membalas kebaikannya.
2. Bapak Prof. Dr. H. Su’aidi Asy’ari MA, Ph.D selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi
3. Bapak Dr. A. A. Miftah, M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi
4. Ibu Dr. Rafidah, S.E., M.Ag selaku Wakil Dekan I, bapak Dr. Novi Mubyarto, S.E., M.E selaku Wakil Dekan II, dan bapak Dr. Sucipto, M.Ag selaku Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi
5. Bapak Bambang Kurniawan, S.P., M.E dan bapak Muhammad Subhan, M.E selaku Ketua dan Sekretaris Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:


1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sultha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sultha Jambi

6. Bapak dan ibu dosen yang telah memberikan materi perkuliahan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi
7. Seluruh Staff Pegawai Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi
8. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu kelancaran dalam menyusun skripsi ini terimakasih banyak semoga kalian semua diberikan kelancaran dalam setiap urusannya

Terimakasih atas segala jasa yang diberikan, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir dengan lancar dan semoga kebaikannya dibalas Allah SWT. Disamping itu, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Maka dari itu, apabila terdapat kesalahan, mohon dimaafkan. Penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun supaya bisa menjadi catatan untuk kedepan yang lebih baik.

Jambi, Februari 2023

Penulis,



**Richa Luthfiatun Nisa' Octaviandini**

**502180048**

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>NOTA DINAS.....</b>	<b>iii</b>
<b>PENGESAHAN SKRIPSI.....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>v</b>
<b>PESEMBAHAN .....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah .....	7
C. Rumusan Masalah .....	8
D. Batasan Masalah.....	8
E. Tujuan Penelitian .....	8
F. Manfaat Penelitian .....	8
G. Sistematika Penulisan .....	9
<b>BAB II LANDASAN TEORI, KERANGKA BERFIKIR, DAN HIPOTESIS</b>	
A. Landasan Teori.....	10
B. Studi Relevan .....	28
C. Kerangka Berfikir.....	32
D. Hipotesis.....	33
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
A. Metode dan Jenis Penelitian.....	34
B. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	34
C. Jenis dan Sumber Data .....	35
D. Populasi dan Sampel .....	35
E. Metode Penarikan Sampel.....	36
F. Instrumen Penelitian.....	37
G. Defenisi Operasional Variabel .....	38
H. Metode Pengolahan dan Analisis Data .....	40

## BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	45
B. Hasil Penelitian .....	49
C. Pembahasan Hasil Penelitian .....	62

## BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan .....	65
B. Implikasi.....	65
C. Saran.....	66

## DAFTAR PUSTAKA

## LAMPIRAN-LAMPIRAN

## RIWAYAT HIDUP

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Kegiatan Keuangan KSU Surya Muhammadiyah .....	3
Tabel 2. Pembiayaan KSU Surya Muhammadiyah.....	3
Tabel 3. Jumlah Konsumen Koperasi .....	5
Tabel 4. Penelitian Terdahulu .....	28
Tabel 5. Skala Likert Pada Pertanyaan Tertutup.....	37
Tabel 6. Defenisi Operasional Variabel .....	39
Tabel 7. Hasil Uji Validitas Faktor Sosial .....	52
Tabel 8. Hasil Uji Validitas Faktor Pribadi.....	53
Tabel 9. Hasil Uji Validitas Keputusan Masyarakat .....	53
Tabel 10. Hasil Uji Reliabilitas Faktor Sosial.....	54
Tabel 11. Hasil Uji Reliabilitas Faktor Pribadi .....	54
Tabel 12. Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Masyarakat .....	54
Tabel 13. Hasil Uji Multikolinearitas .....	57
Tabel 14. Hasil Uji Autokorelasi .....	57
Tabel 15. Hasil Uji Koefisien Regresi Berganda .....	59
Tabel 16. Koefisien Determinasi.....	60
Tabel 17. Hasil Uji F.....	61
Tabel 18. Hasil Uji t .....	61

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sultha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sultha Jambi

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka Pemikiran.....	32
Gambar 2. Struktur Organisasi.....	46
Gambar 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	49
Gambar 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	50
Gambar 5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan .....	51
Gambar 6. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	51
Gambar 7. Hasil Uji Normalitas.....	55
Gambar 8. Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	56

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sunthha Jambia
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sunthha Jambia

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang

Pertumbuhan ekonomi yang kian maju mengakibatkan tingginya pemenuhan kebutuhan masyarakat, yang akhirnya banyak masyarakat yang tidak mampu memenuhi kebutuhan tersebut. Hal ini ber*impact* pada kesejahteraan masyarakat sebagai tujuan negara. Keadaan masyarakat yang seperti ini memberikan inspirasi bagi sebagian masyarakat lain yang diwujudkan dalam bentuk organisasi.

Hadirnya organisasi tersebut untuk membantu mensejahterakan masyarakat, dengan membuat produk-produk yang kemudian dipasarkan. Organisasi tersebut seperti lembaga keuangan Islam yang membantu masyarakat sesuai dengan fungsinya yaitu menyimpan uang dan memberikan bantuan pinjaman untuk modal usaha dan konsumsi.

Seiring dengan dinamika ekonomi Islam yang semakin berkembang telah banyak muncul lembaga-lembaga syariah, seperti Perbankan Syariah, Asuransi Syariah, dan Pegadaian Syariah. Akan tetapi keberadaannya masih sulit dijangkau oleh masyarakat kecil menengah, maka muncul usaha untuk mendirikan bank dan lembaga keuangan mikro syariah.

Guna mendukung program pemerintah untuk mengentaskan kemiskinan, Lembaga Keuangan Mikro (LKM) juga memiliki peran penting. LKM adalah lembaga yang memberikan jasa keuangan bagi pengusaha mikro dan masyarakat berpenghasilan rendah. Dengan kata lain, LKM merupakan lembaga yang melakukan kegiatan penyediaan jasa keuangan bagi pengusaha kecil dan mikro serta masyarakat berpenghasilan rendah yang tidak terlayani oleh lembaga keuangan formal yang telah berorientasi pasar untuk tujuan bisnis.<sup>2</sup>

<sup>2</sup> Nourma Dewi, "Regulasi Keberadaan Baitul Maal wat Tamwil (BMT) dalam Sistem Perekonomian di Indonesia", *Jurnal Serambi Hukum* 11, no. 01 (2017): 96

Jenis LKM ada berbagai macam bentuk, salah satunya adalah koperasi. Dalam Islam, koperasi termasuk dalam golongan *syirkah*. Lembaga ini adalah wadah kerjasama, kemitraan, kekeluargaan, dan kebersamaan usaha yang sehat, baik, dan halal dengan memiliki tujuan untuk menghimpun dana dan kemaslahatan.

Untuk menyelesaikan persoalan-persoalan sosial ekonomi Indonesia, Koperasi yang dikenal dengan sistem ekonomi kerakyatan dipercaya dapat menjadi salah satu alternatif. Akan tetapi, hingga saat ini koperasi di Indonesia masih lebih dominan sebagai gerakan moral dibandingkan sebagai gerakan ekonomi yang secara nyata mampu meningkatkan kesejahteraan ekonomi para anggotanya. Hal ini juga yang menyebabkan banyaknya koperasi yang mengalami kegagalan hingga membuat usaha koperasi tutup.

Salah satu koperasi yang mampu bertahan sampai saat ini adalah Koperasi Serba Usaha (KSU) Surya Muhammadiyah di Desa Pematang Kolim Kecamatan Pelawan Kabupaten Sarolangun. KSU Surya Muhammadiyah pendiriannya dipelopori Pemuda Muhammadiyah Kecamatan Pelawan pada tahun 2009. Setelah 2 tahun menjalani pra-koperasi, pada tahun 2011 barulah akta pendirian dan badan hukum koperasi terbit.

KSU Surya Muhammadiyah rata-rata anggotanya berprofesi sebagai Petani dan bergerak dalam bidang jual beli getah karet anggota dan masyarakat sekitar agar memperoleh harga yang tinggi. Diawal berdiri pada tahun 2009 sampai dengan 2017, koperasi ini pernah beroperasi sebagai Simpan Pinjam Konvensional dan kemudian hijrah ke Pembiayaan Syariah yang baru dimulai dari tahun 2018 sampai dengan sekarang.

Perkembangan usaha koperasi merupakan suatu ukuran untuk menjadikan badan usaha menjadi maju. Begitu pula dengan koperasi yang memiliki tujuan untuk memenuhi kesejahteraan anggota dan mengembangkan usahanya. Pengembangan koperasi identik dengan pengembangan ekonomi kerakyatan. Dalam Jurnal Agribisnis dari Rini Koperasi pada dasarnya merupakan wadah organisasi sosial yang mengutamakan kepentingan sosial dan ekonomi anggota dengan melakukan kegiatan sesuai dengan kepentingan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi





anggota yang bersifat membina dan memperluas keterampilan mereka yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan anggota.<sup>3</sup>

**Tabel 1**  
**Kegiatan Keuangan KSU Surya Muhammadiyah**

No	Uraian	Tahun 2019	Tahun 2020	Prosentase
1	Simpanan Wadiah	Rp. 102.692.400,-	Rp. 16.658.750,-	-83,77%
2	Simpanan Mudharabah	Rp. 126.508.849,-	Rp. 98.341.795,-	-22,26%
3	Simpanan Pokok Khusus (Syarik)	-	Rp. 127.000.000,-	+100%
4	Simpanan Pokok	Rp. 44.187.000,-	Rp. 44.987.000,-	+1,81%
5	Simpanan Wajib	Rp. 22.418.863,-	Rp. 31.305.612,-	+39,63%
6	Total Asset	Rp. 469.465.634,-	Rp. 584.429.264,-	+24,48%
7	Sisa Hasil Usaha	Rp. 25.147.497,-	Rp.54.450.775,-	+108,57%

Sumber: Dokumen KSU Surya Muhammadiyah

Dari tabel diatas, dapat dilihat bahwa dengan adanya penambahan modal, KSU Surya Muhammadiyah dalam kegiatan Tahun Buku 2020 mengalami peningkatan Sisa Hasil Usaha (SHU). Adapun macam-macam pembiayaan yang disalurkan oleh KSU Surya Muhammadiyah yaitu dapat dilihat ditabel berikut:

**Tabel 2**  
**Pembiayaan KSU Surya Muhammadiyah**

No	Pembiayaan	2019	2020	2021	2022
1	Murabahah	217.245.000,-	245.144.310,-	378.494.985,-	405.393.000,-
2	Ijarah	6.051.000,-	1.200.000,-	9.400.000,-	3.700.000,-
3	Qordul Hasan	40.782.436,-	59.401.438,-	48.228.638,-	44.567.838,-

<sup>3</sup> Rini Mega Putri dkk., "Kinerja dan Strategi Pengembangan PRIMKOPTI Kabupaten Pesawaran Provinsi Lampung", *Jurnal Agribisnis* 5, no. 2 (2017): 184

4	Sektor Riil	-	58.640.663,-	-	40.230.666,-
5	Musyarakah	-	-	72.397.000,-	77.583.000,-

Sumber: Wawancara Ketua KSU Surya Muhammadiyah

Mengingat KSU Surya Muhammadiyah mendapat tambahan modal dari KSPPS (Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah) BTM Taqwa yang terletak di Desa Bukit Tigo Kecamatan Singkut, masyarakat sekitar berfikir bahwa KSU Surya Muhammadiyah adalah cabang dari KSPPS BTM Taqwa. Setelah peneliti melakukan observasi dan wawancara terhadap salah satu nasabah dari BTM Taqwa yang berdomisili di Desa Mekar Sari, dimana desa ini terletak bersebelahan dengan Desa Pematang Kolim, nasabah BTM tersebut mengatakan bahwa ternyata KSU Surya Muhammadiyah ini bukan cabang dari KSPPS BTM Taqwa, melainkan BTM menyalurkan dana ke Koperasi ini<sup>4</sup>

Ditambah dengan wawancara yang peneliti lakukan dengan ketua KSU Surya Muhammadiyah sendiri, ketua KSU Surya Muhammadiyah mengatakan bahwa KSU Surya Muhammadiyah memang sama sama milik Muhammadiyah tetapi badan hukumnya berbeda, Koperasi yang beliau ketuai adalah Koperasi Serba Usaha (KSU) dibawah naungan Pimpinan Cabang Muhammadiyah Kecamatan Pelawan, kalau BTM dibawah naungan Pimpinan Daerah Muhammadiyah Kabupaten Sarolangun.<sup>5</sup>

Selain itu, di Desa Pematang Kolim dan Desa Mekar Sari disana terdapat 4 koperasi lainnya yang beroperasi dengan sistem konvensional. Di Desa Pematang Kolim ditemui Koperasi Unit Desa (KUD) Pematang Kolim dan Koperasi Simpan Pinjam (KSP) Mitra Sejati. Dan di Desa Mekar Sari ditemui Koperasi Unit Desa (KUD) Mekar Sari dan Koperasi Simpan Pinjam (KSP) Sahabat.

<sup>4</sup> Ria Maryani, "Wawancara Konsumen KSU Surya Muhammadiyah, Januari 5, 2022

<sup>5</sup> Purnama, "Wawancara Manager KSU Surya Muhammadiyah, Januari 11, 2022

**Tabel 3**  
**Jumlah Konsumen Koperasi**

No	Koperasi	Jumlah Konsumen
1	KSU Surya Muhammadiyah	230 Orang
2	KUD Pematang Kolim	103 Orang
3	KSP Mitra Sejati	50 Orang
4	KUD Mekar Sari	95 Orang
5	KSP Sahabat	45 Orang

*Sumber: Arsip Dokumen Koperasi*

Ada banyak faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen terhadap keputusan untuk melakukan pembiayaan, tetapi dalam penelitian ini diukur dengan variabel sosial dan pribadi. Faktor pribadi adalah cara mengklasifikasi dan mengumpulkan reaksi individu terhadap situasi yang sedang terjadi dengan konsisten. Perilaku konsumen dalam keputusan pembelian juga dipengaruhi oleh faktor-faktor kepribadian konsumen tersebut. Faktor pribadi menggabungkan antara susunan psikologis dan pengaruh lingkungan, termasuk watak seseorang terutama karakteristik mereka yang dominan. Kepribadian merupakan salah satu konsep yang berguna dalam mempelajari perilaku konsumen, beberapa pemasar mempercayai kepribadian mempengaruhi jenis dan merek produk yang akan dibeli. Menurut Lamb, Faktor sosial merupakan kumpulan orang yang sama-sama mempertimbangkan secara dekat persamaan didalam status atau penghargaan komunitas yang secara *continue* bersosialisasi diantara mereka sendiri, baik itu secara formal maupun informal.<sup>6</sup> Perilaku konsumen juga dipengaruhi oleh faktor sosial seperti kelompok acuan, keluarga, serta peran dan status sosial konsumen. Kelompok acuan memiliki pengaruh secara langsung maupun tidak langsung terhadap sikap dan perilaku konsumen. Menurut

<sup>6</sup> Siti Fatimah dan Amalia Nuril Hidayati, "Pengaruh Faktor Budaya, Faktor Sosial, Faktor Pribadi, dan Faktor Psikologis Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hijab (Studi Kasus Pada Konsumen Alma Gallery Shop Tulungagung)", *Jurnal Ekonomika* 6, no. 2 (Agustus 2022): 302

penelitian yang dilakukan oleh Jeri Dermawan: faktor sosial dijadikan sebagai referensi oleh anggota ketika memilih pembiayaan musyarakah, faktor sosial yang ditemui disini adalah adanya dorongan dari rekan-rekan dalam satu tempat pekerjaan, dimana ketika ada salah satu anggota yang telah memilih dan menggunakan jasa pembiayaan musyarakah, hal ini menjadi salah satu alasan dan mempengaruhi bagi anggota lain untuk menggunakan jasa yang sama.<sup>7</sup> Dalam penelitian ini faktor yang diduga sebagai faktor yang menjadi dasar keputusan masyarakat dalam menggunakan jasa KSU Surya Muhammadiyah difokuskan pada faktor sosial dan pribadi karena kedua faktor tersebut mencakup keseluruhan dari faktor lainnya yang menjadi dasar keputusan masyarakat menggunakan jasa KSU Surya Muhammadiyah.

Berdasarkan wawancara yang peneliti lakukan dengan masyarakat yang dijadikan sample dalam penelitian ini, dapat diungkapkan peranan Faktor Pribadi dalam menentukan pilihan masyarakat memilih menggunakan jasa untuk melakukan pembiayaan yang akan digunakan, dari beberapa anggota yang peneliti temui sebagian besar mereka mengungkapkan alasan dalam memilih pembiayaan di KSU Surya Muhammadiyah karena adanya alasan pribadi berupa keadaan ekonomi. Kemudian wawancara yang dilakukan dengan ketua KSU Surya Muhammadiyah, ditemukan terdapat konsumen non muslim yang melakukan pembiayaan di koperasi, hal ini diungkapkan ketua KSU Surya Muhammadiyah karena mereka melayani tanpa membedakan keyakinan, yang penting sesuai syariah. Sementara itu, fenomena faktor sosial yang peneliti peroleh dan berhasil dihimpun sebagai latar belakang penelitian ini, ditemukan bahwa adanya dorongan dari beberapa orang yang dijadikan sebagai kelompok referensi ketika memutuskan untuk memilih menggunakan jasa koperasi, kelompok referensi yang peneliti temui sebagai fenomena adalah adanya dorongan dari rekan-rekan dalam satu tempat pekerjaan, dimana ketika ada salah satu anggota yang telah memilih dan menggunakan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi



<sup>7</sup> Jeri Darmawan, "Pengaruh Faktor Psikologis dan Faktor Sosial Terhadap Keputusan Anggota Dalam Memilih Pembiayaan Musyarakah Pada BMT Mitra Arta Pekanbaru", (Tesis, UIN Suska Riau, 2019) 13-14.



jasa pembiayaan di KSU Surya Muhammadiyah, hal ini menjadi salah satu alasan dan mempengaruhi bagi anggota lain untuk menggunakan jasa yang sama, begitu juga dengan pengaruh dari keluarga dan orang-orang terdekat.

Dari pemaparan uraian diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut untuk membuktikan apakah faktor sosial berpengaruh terhadap keputusan masyarakat, dengan judul penelitian **“Pengaruh Faktor Sosial dan Faktor Pribadi Terhadap Keputusan Masyarakat Menggunakan Jasa KSU Surya Muhammadiyah”**

## B. Identifikasi Masalah

Permasalahan dalam penelitian yang peneliti ajukan ini dapat diidentifikasi permasalahannya yaitu :

Berdasarkan Fenomena

Fenomena yang terjadi di masyarakat sekitar KSU Surya Muhammadiyah yaitu ditemukan bahwa adanya dorongan dari beberapa orang yang dijadikan sebagai kelompok referensi, dimana ketika ada salah satu orang yang telah memilih dan menggunakan jasa pembiayaan di KSU Surya Muhammadiyah, hal ini menjadi salah satu alasan dan mempengaruhi bagi yang lain untuk menggunakan jasa yang sama, begitu juga dengan pengaruh dari keluarga dan orang-orang terdekat. Dalam penelitian ini diduga faktor sosial menjadi dasar keputusan masyarakat menggunakan jasa KSU Surya Muhammadiyah. Selain itu Faktor Pribadi dalam menentukan pilihan masyarakat memilih menggunakan jasa untuk melakukan pembiayaan yang akan digunakan, dari beberapa anggota yang peneliti temui sebagian besar mereka mengungkapkan alasan dalam memilih pembiayaan di KSU Surya Muhammadiyah karena adanya alasan pribadi berupa keadaan ekonomi.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sulttha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sulttha Jambi



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

### C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan diatas, untuk mengarahkan penelitian agar tidak terjadi kekeliruan dalam melakukan penelitian maka dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut :

1. Apakah faktor sosial berpengaruh terhadap keputusan masyarakat menggunakan jasa KSU Surya Muhammadiyah?
2. Apakah faktor pribadi berpengaruh terhadap keputusan masyarakat menggunakan jasa KSU Surya Muhammadiyah?
3. Apakah faktor sosial dan faktor pribadi berpengaruh secara simultan terhadap keputusan masyarakat menggunakan jasa KSU Surya Muhammadiyah?

### D. Batasan Masalah

Agar penelitian lebih terfokus dan tidak meluas dari pembahasan yang dimaksud, maka peneliti membatasi penelitian ini yaitu faktor sosial dan faktor pribadi (keadaan ekonomi) dan obyek penelitian KSU Surya Muhammadiyah.

### E. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui faktor sosial dan pribadi berpengaruh secara simultan dan parsial terhadap keputusan masyarakat menggunakan jasa KSU Surya Muhammadiyah

### F. Manfaat Penelitian

- 1) Manfaat Teoritis
  - a. Menambah pembendaharaan kepustakaan di perpustakaan Universitas Islam Negeri (UIN) Sulthan Thaha Saifuddin Jambi
  - b. Dapat menjadi bahan informasi untuk menambah ilmu tentang faktor penentu keputusan dalam memilih lembaga keuangan yang akan digunakan
- 2) Manfaat Praktis
  - a. Untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan pendidikan pada Program Sarjana Strata Satu (S.1) pada program studi Perbankan

Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi

- b. Memberikan kontribusi pengetahuan dan sebagai referensi untuk penelitian-penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan faktor penentu keputusan masyarakat dan menggunakan jasa lembaga keuangan mikro syariah
- c. Diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi kinerja pada KSU Surya Muhammadiyah terkait dengan analisis target nasabah yang akan menggunakan jasa KSU Surya Muhammadiyah untuk meningkatkan eksistensi koperasi tersebut

#### G. Sistematika Penulisan

Secara garis besar, sistematika penelitian penelitian ini terdiri dari lima bab, yang setiap babnya memiliki sub pembahasan sebagai berikut:

##### **BAB I PENDAHULUAN**

berisi tentang latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penelitian.

##### **BAB II LANDASAN TEORI, KERANGKA BERFIKIR, DAN HIPOTESIS**

berisi tentang landasan teori, studi relevan, kerangka berfikir, dan hipotesis.

##### **BAB III METODE PENELITIAN**

berisi tentang metode dan jenis penelitian, lokasi dan waktu penelitian, jenis dan sumber data, populasi dan sampel, metode penarikan sampel, instrument penelitian, definisi operasional variabel, dan metode pengolahan dan analisis data.

##### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

berisi tentang gambaran umum objek penelitian, hasil penelitian, dan pembahasan hasil penelitian.

##### **BAB V PENUTUP**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sultha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sultha Jambi

menyajikan secara singkat kesimpulan yang diperoleh dari pembahasan, implikasi, dan saran.

@ Hak cipta milik UIN Sutha Jambi

State Islamic University of Suthan Thaha Saifuddin Jambi



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi



## BAB II

### LANDASAN TEORI, KERANGKA BERFIKIR DAN HIPOTESIS

#### A. Landasan Teori

##### 1. Teori Perilaku Konsumen

###### a. Pengertian Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen adalah aksi atau tindakan yang dilakukan oleh individu, kelompok atau organisasi yang berhubungan dengan proses pengambilan keputusan dalam memperoleh, menggunakan barang-barang atau jasa ekonomis yang dapat dipengaruhi lingkungan.<sup>8</sup>

Untuk bertahan hidup sebagai manusia kita mempunyai banyak kebutuhan, dari kebutuhan primer (sandang, pangan, papan) dan kebutuhan sekunder (barang mewah). Kita disebut konsumen karena kita mengonsumsi berbagai barang maupun jasa. Maka dari itu, semua manusia yang hidup di dunia ini adalah konsumen. Saya, anda, teman, dan semua masyarakat adalah konsumen. Atau secara sederhana dapat dikatakan sebagai pengguna barang dan jasa.

Suatu kesenjangan atau pertentangan yang dialami antara suatu kenyataan dengan dorongan yang ada dalam diri disebut kebutuhan. Apabila konsumen kebutuhannya tidak terpenuhi, ia akan menunjukkan perilaku kecewa. Sebaliknya, jika kebutuhannya terpenuhi, konsumen akan memperlihatkan perilaku yang gembira sebagai manifestasi rasa puasnya.<sup>9</sup> Para konsumen akan selalu berusaha memaksimalkan kepuasannya selama kemampuan finansialnya memungkinkan.<sup>10</sup>

Dalam teori ekonomi dikatakan bahwa manusia adalah makhluk ekonomi yang selalu berusaha memaksimalkan kepuasannya dan selalu bertindak rasional. Ketika memutuskan akan membeli suatu barang atau produk dan jasa, tentu sebagai konsumen selalu memikirkan terlebih dahulu barang yang akan dibeli. Aktivitas memikirkan, mempertimbangkan, dan

<sup>8</sup> Awan Prabu Mangkunegara, *Perilaku Konsumen Edisi Revisi Cet. Ke-2*, (Bandung: PT. Refika Aditama, 2002), 4

<sup>9</sup> *Ibid*, 5

<sup>10</sup> Bilson Simamora, "Panduan Riset Perilaku Konsumen", (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2000), 3

mempertanyakan barang sebelum membeli merupakan atau termasuk ke dalam perilaku konsumen.

Menurut para ahli definisi perilaku konsumen, sebagai berikut:<sup>11</sup>

1. Mowen dan Michael Minor menyatakan bahwa perilaku konsumen sebagai studi tentang unit pembelian (buying unit) dan proses pertukaran yang melibatkan suatu perolehan, konsumsi berbagai produk, jasa dan pengalaman serta ide-ide.
2. Menurut Lamb, Hair dan Mc. Daniel mereka menyatakan bahwa perilaku konsumen adalah proses seorang pelanggan dalam membuat keputusan untuk membeli, menggunakan serta mengkonsumsi barang-barang dan jasa yang dibeli juga termasuk faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian dan penggunaan produk.
3. Menurut Schiffman dan Kanuk menyatakan bahwa perilaku konsumen mengacu kepada perilaku yang diperlihatkan oleh konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan menghabiskan produk dan jasa yang mereka harapkan dapat memuaskan kebutuhannya.
4. Menurut Hawkins, Best, dan Coney menyatakan bahwa perilaku konsumen merupakan studi mengenai bagaimana individu, kelompok, dan organisasi, dalam proses memilih, mengamankan, menggunakan, dan menghentikan produk, jasa, ide, dan pengalaman untuk memuaskan kebutuhannya, dan dampaknya bagi masyarakat dan konsumen itu sendiri.
5. Menurut Engel, Blackwell dan Miniard menyatakan bahwa perilaku konsumen adalah tindakan yang terkait langsung dan terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi dan menghabiskan produk dan jasa termasuk proses keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan ini.<sup>12</sup>

Perilaku konsumen merupakan hal-hal yang menjadi dasar dan menjadikan konsumen untuk membuat keputusan pembelian. Ketika konsumen memutuskan akan membeli suatu produk barang atau jasa, tentu konsumen selalu memikirkan dahulu barang atau jasa yang akan di beli.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

<sup>11</sup> Donni Juni Priansa, "Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer", Bandung: Alfabeta, 2017), 61

<sup>12</sup> M Anang Firmansyah, *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*, (Yogyakarta: DEEPUBLISH (Group Penerbitan CV BUDI UTAMA), 2018), 3

## b. Proses Pembentukan Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen dilakukan berdasarkan suatu proses sebelum dan sesudah seorang konsumen melakukan proses pembelian suatu produk maupun jasa. Dalam perilaku konsumen tersebut, seorang pembeli akan melakukan penilaian yang kemudian pada akhirnya akan mempengaruhi pengambilan keputusannya atas pembelian produk atau jasa tersebut.

Bagaimana perilaku terbentuk yakni:<sup>13</sup>

### 1) Pembelajaran Sikap

Seperti teori-teori *Classical Conditioning*, *Instrumental Conditioning*, *Cognitive Learning Theory*, dan *Information Processing*, teori-teori tersebut tidak membahas tentang bagaimana sikap terbentuk melainkan dari mana sebenarnya informasi, nasihat, dan pengaruh yang berperan dalam membentuk sikap itu diperoleh konsumen.

### 2) Sumber Pengaruh Terhadap Pembentukan Sikap

#### a. Pengalaman

Pengalaman langsung dialami oleh konsumen dalam mencoba dan mengevaluasi produk dapat mempengaruhi sikap konsumen terhadap produk tersebut

#### b. Kepribadian

Keluarga, menurut Kindran adalah faktor penting dalam pembentukan kepribadian dan selanjutnya pembentukan sikap seseorang. Dalam keluarga itulah, seseorang membentuk nilai-nilai dasar dan keyakinannya

#### c. Informasi dan Media Massa

Pengaruh media massa tidak boleh dianggap remeh. Pemasar menggunakan berbagai media massa secara efektif dan gencar untuk mempengaruhi sikap konsumen yang merupakan konsumen atau calon konsumen. Sikap dapat terbentuk dari jenis media massa yang digunakan baik cetak maupun elektronik untuk mengkomunikasikan dan informasi tentang produk

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi

2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

## 2. Keputusan Pembelian Konsumen

### a. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Proses Pengambilan Keputusan

#### 1) Faktor Budaya

Faktor budaya terdiri dari beberapa sub yang berkaitan, antara lain dengan:

##### a) Budaya

Merupakan penentu keinginan dan perilaku yang mendasar yang terdiri dari kumpulan nilai, prefeensi dan perilaku yang memberikan pengaruh kepada konsumen

##### b) Sub Budaya

Banyaknya sub-budaya yang membentuk segmen pasar yang penting, dan perusahaan sering merancang produk dan program pemasaran yang disesuaikan dengan kebutuhan mereka

##### c) Kelas Sosial

Kelas sosial berkaitan dengan preferensi produk dan merek yang berbeda dalam banyak hal

#### 2) Faktor Sosial

Pada hakikatnya manusia adalah makhluk sosial yang membutuhkan oranglain dimana hidup ditengah-tengah masyarakat. Dengan itu, keadaan sosial manusia bisa mempengaruhi dalam pengambilan keputusan untuk menggunakan maupun mengkonsumsi sesuatu. Faktor sosial adalah faktor yang muncul dari lingkungan sosial konsumen tersebut. Perilaku konsumen dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial yang indikatornya adalah meliputi:<sup>14</sup>

##### a) Kelompok Acuan

Kelompok acuan terdiri dari semua kelompok yang memiliki pengaruh langsung (tatap muka) atau tidak langsung terhadap sikap atau perilaku konsumen tersebut. Kelompok yang memiliki pengaruh langsung terhadap konsumen dinamakan kelompok keanggotaan. Beberapa kelompok keanggotaan merupakan kelompok primer,

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi

2. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

<sup>14</sup> Priansa, *Perilaku Konsumen*. 83

seperti keluarga, teman, tetangga, dan rekan kerja yang berinteraksi dengan konsumen secara terus menerus dan informal.

Selain itu, terdapat kelompok sekunder, seperti kelompok keagamaan, profesi dan asosiasi perdagangan yang cenderung lebih formal dan membutuhkan informasi yang tidak begitu rutin.

#### b) Keluarga

Keluarga merupakan organisasi pembelian konsumen yang paling penting dalam masyarakat dan para anggota keluarga menjadi acuan primer yang paling berpengaruh. Kaitannya dalam perilaku konsumen, keluarga mempunyai pengaruh langsung terhadap keputusan pembelian konsumen.

#### c) Peran dan Status

Konsumen berpartisipasi kedalam banyak kelompok sepanjang hidupnya, misalnya keluarga, klub, organisasi. Kedudukan konsumen dalam kelompok tersebut ditentukan berdasarkan peran dari statusnya. Peran meliputi kegiatan yang diharapkan akan dilakukan oleh pelanggan. Masing-masing peran mengharapkan status. Konsumen orang memilih produk yang dapat mengkomunikasikan peran dan status mereka di masyarakat.

### 3) Faktor Pribadi

Faktor pribadi menggabungkan antara tatanan psikolog manusia dengan pengaruh lingkungan. Termasuk sifat, watak, terutama karakteristik dominan seseorang.<sup>15</sup>

#### a) Usia dan Tahap Siklus Hidup

Selera kita dalam mengkonsumsi makanan, pakaian, alat parabol, dan rekreasi berhubungan dengan usia kita. Konsumsi juga dibentuk oleh siklus hidup keluarga dan jumlah, usia, serta jenis kelamin orang dalam rumah tangga pada satu waktu tertentu.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:



1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi  
 2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

<sup>15</sup> Jalaludin dan Reza Audia, "Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Keputusan Masyarakat Menjadi Anggota Koperasi Syariah 212 (Studi Kasus di Bank Aceh dan Aceh Besar)", *Jurnal Perspektif Ekonomi Darussalam* 5, no. 2, (September 2019), 169-170

## b) Pekerjaan

Pekerjaan juga mempengaruhi pola konsumsi, pekerja kerah biru akan membeli baju kerja, sepatu kerja, dan kotak makan. Pemasar berusaha mengidentifikasi kelompok pekerjaan yang mempunyai minat di atas rata-rata terhadap produk dan jasa mereka dan bahkan menghantarkan produk khusus untuk kelompok pekerjaan tertentu.

## c) Keadaan Ekonomi

Pilihan produk sangat dipengaruhi oleh keadaan ekonomi penghasilan yang dapat di belanjakan (tingkat, stabilitas, dan pola waktu), tabungan dan aset (termasuk persentase aset likuid), utang, kekuatan pinjaman, dan sikap terhadap pengeluaran dan tabungan.

d) Kepribadian dan Konsep Diri Setiap orang mempunyai karakteristik pribadi yang mempengaruhi perilaku pembeliannya. Yang dimaksud dengan kepribadian (*personality*), adalah sekumpulan sifat psikologi manusia yang menyebabkan respon yang relatif konsisten dan tahan lama terhadap rangsangan lingkungan (termasuk perilaku pembelian).

## e) Gaya Hidup dan Nilai

Gaya hidup adalah pola hidup seseorang di dunia yang tercermin dalam kegiatan, minat, dan pendapat. Gaya hidup memotret interaksi seseorang yang utuh dengan lingkungannya. Keputusan konsumen juga di pengaruhi oleh nilai inti (*core values*), sistem kepercayaan yang mendasari sikap dan perilaku. Nilai inti lebih dalam dari pada perilaku atau sikap dan menentukan pilihan dan keinginan seseorang pada tingkat dasar dalam jangka panjang.

**4) Faktor Psikologis**

Pilihan pembelian konsumen dipengaruhi oleh empat faktor psikologis utama yaitu:<sup>16</sup>

## a) Motivasi

Konsumen memiliki banyak kebutuhan. Beberapa kebutuhan tersebut bersifat *biogenic*, yaitu kebutuhan tersebut muncul dari tekanan

<sup>16</sup> Indra Maulana, "Peran Pengetahuan Konsumen, Keterlibatan Konsumen, dan Faktor Psikologis Konsumen Pada Intensi Beralih Pelanggan Departement Store Purwakarta Ke Belanja Daring", *Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 7, no. 2, (September 2020) 50

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi

2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi



biologis seperti lapar, haus, tidak nyaman, sedangkan yang lainnya bersifat *psychogenic*, yaitu kebutuhan yang muncul dari tekanan psikologis seperti kebutuhan akan pengakuan, penghargaan, atau rasa keanggotaan kelompok. Kebutuhan akan menjadi motif jika ia didorong hingga mencapai level intensitas yang memadai. Motif adalah kebutuhan yang mendorong konsumen untuk bertindak.

b) Persepsi

Konsumen yang termotivasi siap bertindak. Bagaimana tindakan sebenarnya konsumen yang termotivasi akan dipengaruhi oleh persepsinya terhadap situasi tertentu. Persepsi adalah proses yang digunakan oleh konsumen untuk memilih, mengorganisasi, dan atau menginterpretasikan masukan informasi guna menciptakan gambaran dunia yang memiliki arti. Persepsi tidak hanya bergantung pada rangsanga fisik, namun juga rangsangan yang berhubungan dengan lingkungan sekitar dan keadaan individu konsumen tersebut.

c) Pembelajaran

Pembelajaran meliputi perubahan perilaku konsumen yang timbul dari pengalaman. Sebagian besar perilaku manusia adalah hasil belajar. Pembelajaran dihasilkan melalui perpaduan antara pendorong, rangsangan, isyarat bertindak, tanggapan, dan penguatan. Teori pembelajaran mengajarkan para pemasar bahwa mereka dapat membangun permintaan atas sebuah produk dengan mengaitkannya kepada dorongan atau motivasi, dan memberikan penguatan yang positif.

d) Keyakinan dan Sikap

Melalui bertindak dan belajar, konsumen mendapatkan keyakinan dan sikap. Keduanya kemudian mempengaruhi perilaku pembelian mereka.<sup>17</sup>

a. Keyakinan

Gambaran pemikiran yang dianut konsumen tentang gambaran sesuatu. Keyakinan konsumen tentang produk atau merek

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi



<sup>17</sup> Priansa, *Perilaku Konsumen*. 87-88

mempengaruhi keputusan pembelian mereka. Keyakinan mungkin berdasarkan pengetahuan, pendapat, atau kepercayaan. Kesemuanya itu mungkin atau tidak mungkin mengandung faktor emosional. Tentu saja, perusahaan sangat tertarik pada keyakinan yang ada dalam pikiran konsumen tentang produk yang mereka hasilkan. Keyakinan tersebut membentuk citra merek di benak konsumen, dimana konsumen akan bertindak berdasarkan citra tersebut.

b. Sikap

Sikap adalah evaluasi, perasaan emosional, dan kecenderungan tindakan yang menguntungkan atau tidak menguntungkan dan bertahan lama dari konsumen terhadap suatu obyek atau gagasan.

Jadi, perusahaan sebaiknya menyesuaikan produk yang dihasilkannya dengan sikap yang telah ada daripada berusaha untuk mengubah sikap konsumen. Tentu saja terdapat beberapa pengecualian, dimana biaya besar untuk mengubah sikap konsumen akan memberikan hasil.

### 3. Pengambilan Keputusan Konsumen

Keputusan adalah proses penelusuran masalah yang berawal dari latar belakang masalah, identifikasi masalah hingga kepada terbentuknya kesimpulan atau rekomendasi. Rekomendasi itulah yang selanjutnya dipakai dan digunakan sebagai pedoman basis dalam pengambilan keputusan.<sup>18</sup>

Pengambilan keputusan untuk membeli suatu produk atau jasa, konsumen dapat melakukan evaluasi untuk melakukan pemilihan produk atau jasa. Evaluasi dan pemilihan yang digunakan akan menghasilkan suatu keputusan. Pengambilan keputusan dapat dianggap sebagai suatu hasil atau keluaran dari proses mental yang membawa pada pemilihan suatu jalur tindakan diantara beberapa alternatif yang tersedia. Setiap proses pengambilan keputusan selalu menghasilkan satu pilihan final. Keluaraanya bisa berupa suatu tindakan (aksi) atau suatu opini terhadap pilihan.<sup>19</sup>

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi



<sup>18</sup> Iwan Ridwan dan Shela Apriana, "Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian", *Journal of Management Studies* 6, no. 2, (Agustus 2019) 112

<sup>19</sup> Firmansyah, *Perilaku Konsumen*. 25



Setiap akan melakukan pengambilan keputusan atau pembelian, konsumen terlebih dahulu mempertimbangkannya. Setiap konsumen mempunyai motivasi yang mendasari dalam bentuk kebutuhan dan nilai.

Kotler dan Keller menjelaskan bahwa proses pengambilan keputusan merupakan proses psikologis dasar yang memainkan peranan penting dalam memahami bagaimana konsumen secara aktual mengambil keputusan pembelian. Proses pengambilan keputusan diawali dengan adanya kebutuhan yang berusaha untuk dipenuhi. Pemenuhan kebutuhan ini terkait dengan beberapa alternatif sehingga perlu dilakukan evaluasi yang bertujuan untuk memperoleh alternatif terbaik dan persepsi konsumen.

Proses keputusan pembeli, antara lain:<sup>20</sup>

#### 1) Pengenalan kebutuhan

Adalah tahap pertama proses keputusan pembeli dimana konsumen menyadari suatu masalah atau kebutuhan. Kebutuhan tersebut dapat digerakkan oleh rangsangan dari dalam diri konsumen itu sendiri maupun berasal dari luar diri konsumen.

#### 2) Pencarian informasi

Adalah tahap proses keputusan pembeli dimana konsumen ingin mencari informasi lebih banyak, konsumen mungkin hanya memperbesar perhatian atau melakukan pencarian informasi secara aktif. Sumber informasi konsumen digolongkan ke dalam empat kelompok, yaitu:

- a. Sumber pribadi yang terdiri dari keluarga, teman, tetangga, dan kenalan
- b. Sumber komersial yang terdiri dari iklan, wiraniaga, penyalur dan kemasan
- c. Sumber publik yang terdiri dari media massa, organisasi penentu peringkat konsumen
- d. Sumber pengalaman yang terdiri dari pengalaman dalam penanganan, pengkajian, dan pemakaian produk

#### 3) Evaluasi Alternatif

<sup>20</sup> Zaenal Aripin, *Marketing Management*, (Sleman: Deepublish, 2021) 32



Setelah informasi diperoleh, konsumen mengevaluasi berbagai alternatif pilihan dalam memenuhi kebutuhan tersebut

#### 4) Keputusan Pembelian

Apabila tidak ada faktor lain yang mengganggu setelah konsumen menentukan pilihan yang telah ditetapkan, maka pembelian yang aktual adalah hasil akhir dari pencarian dan evaluasi yang telah dilakukan

#### 5) Evaluasi Pasca Pembelian

Apabila produk yang dibeli tidak memberikan kepuasan yang diharapkan, maka konsumen akan merubah sikapnya terhadap merek produk tersebut menjadi sikap negatif, bahkan mungkin akan menolak produk tersebut dikemudian hari. Sebaliknya, bila konsumen mendapat kepuasan dari produk yang dibelinya, maka keinginan untuk membeli terhadap produk tersebut cenderung akan menjadi lebih kuat.

### 4. Perilaku Konsumen Dalam Islam

Perilaku konsumen adalah tingkah laku dari pelanggan/konsumen, dimana mereka dapat menggambarkan pencarian untuk membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan memperbaiki suatu produk atau jasa mereka. Inti dari perilaku konsumen adalah bagaimana seseorang membuat keputusan untuk menggunakan sumber daya mereka yang telah tersedia untuk mengkonsumsi suatu barang.

Secara rasional, konsumen akan memuaskan konsumsinya dengan kemampuan barang dan jasa yang dikonsumsi serta kemampuan konsumen untuk mendapatkan barang dan jasa tersebut. Untuk itu, kepuasan dan perilaku konsumen dipengaruhi oleh hal-hal sebagai berikut<sup>21</sup>:

- a) Nilai guna (*utility*) barang dan jasa yang dikonsumsi. Kemampuan barang dan jasa untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen
- b) Kemampuan konsumen untuk mendapatkan barang dan jasa. Daya beli dari pendapatan konsumen dan ketersediaan barang dipasar
- c) Kecenderungan konsumen dalam menentukan pilihan konsumsi menyangkut pengalaman masa lalu, budaya, selera, serta nilai-nilai yang dianut seperti agama, adat istiadat

<sup>21</sup> Monzer Khaf, *Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1995) 90



Untuk memenuhi kebutuhannya manusia melakukan aktivitas ekonomi dan mengatur sistem ekonomi tertentu untuk mencari solusi karena kebutuhan sering diidentikkan dengan kata kekurangan, hal inilah yang menimbulkan keinginan untuk memenuhinya.

Kebutuhan manusia memang tidak terbatas. Satu kebutuhan dipenuhi, tentu akan datang lagi kebutuhan yang lainnya.<sup>22</sup>

a) Kebutuhan menurut intensitasnya

Kebutuhan ini dipandang dari urgensinya, atau mendesak tidaknya suatu kebutuhan. Kebutuhan ini dikelompokkan menjadi tiga:

*Kebutuhan Primer* : kebutuhan ini mutlak harus dipenuhi agar kita tetap hidup, seperti kebutuhan akan makanan, pakaian, tempat tinggal, dsb

*Kebutuhan Sekunder* : kebutuhan ini disebut juga kebutuhan kultural, kebutuhan ini timbul bersamaan meningkatnya peradaban manusia, seperti: ingin makan enak, ingin pakaian yang lebih bagus, ingin perabotan yang lebih bagus, dsb.

*Kebutuhan Tersier* : kebutuhan ini ditujukan untuk kesenangan manusia, seperti: kebutuhan akan perhiasan, mobil mewah, rumah mewah, dsb

b) Kebutuhan menurut sifatnya

Kebutuhan ini dibedakan menurut dampak atau pengaruhnya terhadap jasmani dan rohani. Kebutuhan jasmani, contohnya pakaian, makanan, tempat tinggal. Kebutuhan rohani, contohnya ibadah, musik, menonton

c) Kebutuhan menurut waktu

Kebutuhan ini dibedakan menurut waktu sekarang dan waktu yang akan datang. Kebutuhan sekarang, adalah kebutuhan yang harus dipenuhi sekarang juga, seperti makan disaat lapar, atau obat-obat pada saat sakit. Kebutuhan masa depan, yaitu pemenuhan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

<sup>22</sup> Hendra Safri, *Pengantar Ilmu Ekonomi* (Palopo: Lembaga Penerbit Kampus IAIN Palopo, 2018) 56-58

kebutuhan yang dapat ditunda untuk waktu yang akan datang, misalnya tabungan haru tua, asuransi kesehatan

d) Kebutuhan menurut wujud

Kebutuhan ini meliputi kebutuhan material, yaitu kebutuhan berupa barang-barang yang dapat diraba dan dilihat. Misalnya buku, sepeda, televisi

e) Kebutuhan menurut subyek

Kebutuhan ini dibedakan menurut pihak-pihak yang membutuhkan. Kebutuhan ini meliputi: kebutuhan individu, yaitu kebutuhan yang dapat dilihat dari segi orang yang membutuhkan, misalnya: kebutuhan petani berbeda dengan kebutuhan seorang guru

Teori konsumsi menurut Al-Ghazali mengemukakan tentang teori kebutuhan hidup manusia yang terdiri dari kebutuhan primer (*Dharuriyyat*), kebutuhan sekunder (*Hajiyyat*), dan kebutuhan tersier (*Tahsiniyyat*).<sup>23</sup>

a) Kebutuhan Primer (*Dharuriyyah*)

Kebutuhan primer adalah kebutuhan yang harus ada untuk keberadaan manusia atau tidak sempurna kehidupan manusia tanpa terpenuhinya kebutuhan tersebut. *Dharuriyah* sering digunakan untuk merujuk pada semua dan jasa yang memenuhi kebutuhan primer (*primery goods*) atau mengurangi kesukaran. Kebutuhan primer meliputi sandang, pangan, dan papan.

b) Kebutuhan Sekunder (*Hajiyyat*)

Kebutuhan sekunder ialah menyangkut kepentingan atau *maslahat* yang bersifat sekunder. Jika aspek ini tidak atau belum terwujud tidaklah membawa atau menimbulkan bencana atau kerusakan, tetapi dapat menimbulkan kesulitan bagi manusia. Contoh seperti: kendaraan, elektronik.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:



1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi  
 2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

<sup>23</sup> Sri Fatimah Dalimunthe, Eka Sri Wahyuni, dan Aminah Oktarina, "Analisis Perilaku Konsumsi Penggemar K-Pop Berdasarkan Teori Konsumsi Al-Ghazali", *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi* 1, no. 2, (Juni 2022), 288



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi

2. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

c) Kebutuhan Tersier (*Tahsiniyyat*)

Kebutuhan ini adalah kebutuhan pelengkap yang dipenuhi untuk mendapatkan kenyamanan dan kenikmatan. Menurut Al-Ghazali kebutuhan ini adalah kebutuhan yang menyangkut kemegahan dan kemewaan.

Perilaku konsumen Islami dapat diidentifikasikan sebagai berikut:

a) Perilaku konsumen Islami

Islam berpandangan bahwa hal terpenting yang harus dicapai dalam aktifitas konsumsi adalah masalah. Masalah adalah segala bentuk keadaan baik material maupun nonmaterial yang mampu meningkatkan kedudukan manusia sebagai makhluk yang paling mulia. Perilaku konsumsi yang sesuai dengan ketentuan Al-Qur'an dan As-Sunnah ini membawa perilakunya mencapai keberkahan dan kesejahteraan hidupnya.<sup>24</sup>

Di dalam bidang konsumsi, Islam tidak menganjurkan pemenuhan keinginan yang tidak terbatas. Dalam pemenuhan kebutuhan manusia, Islam menyarankan agar manusia dapat bertindak ditengah-tengah dan sederhana. Berlebihan berarti melakukan pembelanjaan yang tidak bermanfaat dan dilarang menurut hukum Islam. Pembelanjaan yang dianjurkan dalam Islam adalah yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan dan dilakukan secara rasional.

Firman Allah SWT dalam surah Al-Isra ayat 27 :

إِنَّ الْمُبَدِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيْطَانِ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِلرَّبِّ كَفُورًا<sup>25</sup>

Artinya:

“Sesungguhnya orang-orang yang pemboros itu adalah saudara setan dan setan itu sangat ingkar kepada Tuhannya.”

<sup>24</sup>Abdul Hamid, “Teori Konsumsi Islam Dalam Peningkatan Ekonomi Umat”, *Jurnal EBIS* 3, no. 2, (Juni 2018) 206

<sup>25</sup>Kementrian Agama RI Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Quran. *Al-Qur'an dan Terjemahan*. (Surabaya: Penerbit Nur Ilmu, 2020), 284

Pada hakikatnya, konsumsi adalah mengeluarkan sesuatu untuk memenuhi kebutuhan. Dalam teori konsumsi Islam terdapat norma-norma yang berdasarkan etika konsumsi, prioritas konsumsi, kepuasan dalam konsumsi, rasional konsumen muslim, dan perilaku konsumen dalam perspektif Islam.<sup>26</sup>

b) Paradoks Halal dan Haram

Seperti yang kita ketahui, Islam sangat memperhatikan kualitas, dan kesucian barang yang akan dikonsumsi yang terekspresikan dalam Al-Qur'an dan Hadist. Paradoks ini membuat pemahaman bahwa kepuasan seorang muslim sangat ditentukan oleh kehalalan dan keharaman barang konsumsi.

c) Prinsip Kemurahan Hati

Konsumen muslim tetap mendapat tingkat kepuasan walaupun penghasilannya terbagi untuk konsumsi dan pengeluaran di jalan Allah seperti zakat, infak, dan sedekah. Hal ini dikarenakan prinsip konsumsi seorang muslim adalah kemurahan hati dan mementingkan masalah. Lain halnya dengan konvensional yang berprinsip pada memaksimalkan kepuasan individu dan tidak peduli dengan orang lain selama individu tidak mengganggu kepentingan oranglain.

d) Dasar Hukum Perilaku Konsumen

Dasar hukum perilaku konsumen tercantum dalam Al-Qur'an surah Al-A'raf ayat 31:

يَبْنَٰى اَدَمَ خُذُوْا زِيْنَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوْا وَاشْرَبُوْا وَلَا تُسْرِفُوْا ۗ اِنَّهٗ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِيْنَ<sup>27</sup>

Artinya:

“Wahai anak cucu Adam! Pakailah pakaianmu yang bagus pada setiap (memasuki) masjid, makan dan minumlah, tetapi jangan berlebihan. Sungguh, Allah tidak menyukai orang yang berlebih-lebihan”

## 5. Lembaga Keuangan Mikro Syariah

<sup>26</sup> Muhammad dan Alimin, *Etika dan Perlindungan Konsumen Dalam Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: BPF, 2004) 168

<sup>27</sup> Kementerian Agama RI Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Quran. *Al-Qur'an dan Terjemahan*. (Surabaya: Penerbit Nur Ilmu, 2020), 154

Lembaga keuangan adalah perusahaan yang bergerak dibidang keuangan. Kegiatan perusahaan dapat berupa menghimpun dengan menawarkan berbagai skema, menyalurkan dana dengan berbagai skema, atau melakukan kegiatan menghimpun dan menyalurkan dana sekaligus, yangmana kegiatan usaha lembaga keuangan ini diperuntukkan bagi investasi, kegiatan konsumsi, dan kegiatan distribusi jasa dan barang. Dengan sistem yang ada, maka dalam operasionalnya lembaga keuangan dapat berbentuk lembaga keuangan konvensional dan lembaga keuangan syariah.<sup>28</sup>

Lembaga keuangan syariah adalah lembaga keuangan yang menyalurkan dana dengan berlandaskan hukum Islam yaitu menghindari riba pada proses transaksinya, sehingga dengan adanya lembaga keuangan syariah ini membantu khususnya masyarakat muslim agar terhindar dari riba.

Lembaga keuangan syariah didirikan dengan tujuan mempromosikan dan mengembangkan penerapan prinsip-prinsip Islam, syariah dan tradisinya kedalam transaksi keuangan dan perbankan serta bisnis terkait.<sup>29</sup> Prinsip utama yang dianut oleh lembaga keuangan syariah dalam menjalankan kegiatan usahanya yakni bebas *Maysir* (spekulasi), *Gharar* (penipuan), dan Haram, Riba, dan Batil (tidak sah).

Lembaga Keuangan Mikro Syariah adalah kelompok swadaya masyarakat sebagai lembaga ekonomi rakyat yang berupaya mengembangkan usaha-usaha produktif dan investasi dengan berdasar prinsip syariah untuk meningkatkan kualitas ekonomi pengusaha kecil dalam upaya pengentasan kemiskinan.<sup>30</sup>

## 6. Koperasi

### 1) Pengertian Koperasi

<sup>28</sup> Andri Soemitra, "Bank dan Lembaga Keuangan Syariah Cet. 1", (Jakarta: Kencana Prenadamedia, 2009) 52-53

<sup>29</sup> *Ibid*, 35

<sup>30</sup> Aam S. Rusydiana dan Irman Firmansyah, "Strategi Pengembangan Lembaga Keuangan Mikro Syariah Di Indonesia: Pendekatan Matriks IFAS dan EFAS", *Jurnal Ekonomi Islam* 9, no. 1, (November 2018) 52



Berdasarkan UU No. 25 Tahun 1992 Bab 1 Pasal 1 Ayat 1, Koperasi merupakan badan usaha yang beranggotakan orang-seorang atau badan hukum koperasi dengan melandaskan kegiatannya berdasarkan prinsip koperasi sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat yang berdasar atas asas kekeluargaan.

Koperasi mengandung makna “kerja sama”. Koperasi (*cooperative*) bersumber dari kata *co-operation* yang artinya “kerja sama”.<sup>31</sup> Koperasi merupakan tata susunan ekonomi, hal ini berarti bahwa dalam kegiatannya koperasi turut mengambil bagian bagi tercapainya kehidupan ekonomi yang sejahtera, baik bagi orang-orang yang menjadi anggota perkumpulan itu sendiri maupun masyarakat di sekitarnya.

Lembaga keuangan syariah seperti *Baitut Maal wat Tamwil* (BMT) dan koperasi merupakan lembaga keuangan ekonomi nonperbankan yang bersifat informal. Disebut bersifat informal karena lembaga keuangan ini didirikan oleh Kelompok Swadaya Masyarakat (KSM) yang berbeda dengan lembaga keuangan perbankan dan lembaga keuangan formal lainnya.<sup>32</sup> Koperasi sebagai perkumpulan untuk kesejahteraan bersama, melakukan usaha dan kegiatan di bidang pemenuhan kebutuhan bersama dari para anggotanya.<sup>33</sup> Koperasi mempunyai peranan yang cukup besar dalam menyusun usaha bersama dari orang-orang yang mempunyai kemampuan ekonomi terbatas.

Menurut Kementrian Koperasi UKM RI tahun 2009 pasal 1, menyatakan bahwa Koperasi jasa keuangan syariah adalah koperasi yang kegiatan usahanya bergerak di bidang pembiayaan, investasi, dan simpanan sesuai dengan pola bagi hasil (syariah).<sup>34</sup> Moh. Hatta bapak koperasi Indonesia, mendefinisikan koperasi sebagai usaha bersama untuk

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sunthha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sunthha Jambi

<sup>31</sup> Arifin Sitio dan Halomoan Tamba, *Koperasi: Teori dan Praktek*, (Jakarta: Erlangga, 2001) 13

<sup>32</sup> Muhamad Subhan, “Strategi Pemasaran Syari’ah Pada BMT Al-Amanah Dalam Meningkatkan Modal dan Penyaluran Pembiayaan”, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 2, no. 1, (2018) 102

<sup>33</sup> Camelia Fanny Sitepu dan Hasyim, “Perkembangan Ekonomi Koperasi di Indonesia”, *Jurnal Niagawan* 7, no. 2 (Juli 2018) 60

<sup>34</sup> Sofian, “Koperasi Syariah Sebagai Solusi Keuangan Masyarakat: Antara Religiusitas, Trend, dan Kemudahan Layanan”, (Makalah Seminar 9<sup>th</sup> Industrial Research Workshop and National Seminar) 753



memperbaiki nasib penghidupan ekonomi berdasarkan prinsip saling tolong-menolong.<sup>35</sup> Koperasi merupakan suatu usaha atau bisnis terdiri kelompok, organisasi, atau perkumpulan yang dikelola guna mencapai tujuan bersama.

Adapun azas usaha koperasi syariah berdasarkan konsep gotong-royong dan tolong-menolong, yaitu tidak dimonopoli oleh salah seorang pemilik modal saja. Begitupun juga dalam hal keuntungan dan kerugian yang diperoleh dibagi secara sama dan proposional.<sup>36</sup>

Koperasi syariah juga berlandaskan pada syariat Islam yaitu Al-Qur'an dan As-Sunnah, dan berlandaskan ada Pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945 dengan berazaskan kekeluargaan saling tolong-menolong (*ta'awun*) dan saling menguatkan (*takaful*). Sebagaimana dijelaskan dalam Al-Qur'an surah Al-Maidah ayat 2:

....وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ ۖ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ ۗ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۚ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ<sup>37</sup>

Artinya:

“... Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan permusuhan. Bertaqwalah kepada Allah, sungguh, Allah sangat berat siksa-Nya.”

## 2) Prinsip Koperasi

Prinsip-prinsip koperasi adalah suatu pedoman yang harus ada di dalam sebuah koperasi yang menjadi penuntun pelaksanaan nilai-nilai koperasi. Pada dasarnya, prinsip-prinsip koperasi merupakan jati diri atau ciri khas koperasi. Adanya prinsip koperasi ini menjadikan watak koperasi sebagai organisasi yang berbeda dengan organisasi yang lain.

Prinsip koperasi merupakan satu kesatuan dan tidak dapat dipisahkan dalam kehidupan berkoperasi. Dengan melaksanakan keseluruhan prinsip

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

<sup>35</sup> Ropi Marlina dan Yola Yunisa Pratami, “Koperasi Syariah Sebagai Solusi Penerapan Akad Syirkah Yang Sah”, *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah* 1, no. 2, (Juli 2017) 264

<sup>36</sup> Nur Aini Yandana Anggi Merisa Putri, “Peranan Koperasi Syariah Dalam Mengatasi Kemiskinan Di Kota Surabaya”, *Jurnal Hukum Bisnis Islam* 8, no. 1, (Juni 2018) 28

<sup>37</sup> Kementerian Agama RI Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Quran. *Al-Qur'an dan Terjemahan*. (Surabaya: Penerbit Nur Ilmu, 2020), 106

tersebut koperasi mewujudkan dirinya sebagai badan usaha sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat yang berwatak sosial.<sup>38</sup>

Prinsip Koperasi yang dirumuskan dalam Sidang ICA (International Cooperative Alliance) adalah:<sup>39</sup>

- 1) Keanggotaan koperasi secara terbuka tanpa adanya pembatasan yang dibuat-buat (*open and voluntarily membership*)
- 2) Kepemimpinan yang demokrasi atas dasar satu orang satu suara (*democratic control one member one vote*)
- 3) Modal menerima bunga yang terbatas, itupun bila ada (*limited interest of capital*)
- 4) SHU dibagi 3:
  - Sebagian untuk cadangan
  - Sebagian untuk masyarakat
  - Sebagian untuk dibagikan kembali kepada anggota sesuai dengan jasa masing-masing
- 5) Semua koperasi harus melaksanakan pendidikan secara terus-menerus (*promotion of education*)
- 6) Gerakan koperasi harus melaksanakan kerja sama yang erat, baik di tingkat regional, nasional, maupun internasional (*interco-operative network*)

### 3) Koperasi Serba Usaha

Koperasi Serba Usaha atau KSU merupakan kegiatan usaha dari berbagai konsumsi, jasa, maupun perkreditan. Umumnya KSU memiliki anggota yang terdiri dari orang-orang maupun badan hukum koperasi yang berlandaskan prinsipkoperasi dan gerakan ekonomi rakyat.<sup>40</sup>

Dalam menjalankan usaha koperasi diarahkan pada usaha yang berkaitan langsung dengan kepentingan anggota, baik untuk menunjang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

<sup>38</sup> Undang Undang Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 1992 Tentang Perkoperasian

Pasal 5

<sup>39</sup> Sattar, *Buku Ajar Ekonomi Koperasi*, (Yogyakarta: Penerbit Deepublish, 2017) 44-45

<sup>40</sup> Arya, "Pengertian dan Contoh Koperasi Serba Usaha (KSU)", *thecronutproject.com*, Juni 21, 2022

usaha maupun kesejahteraannya. Unit usaha yang dikelola koperasi juga berbagai macam, tidak terbatas pada usaha simpan pinjam saja. Koperasi yang biasanya bergerak pada unit usaha simpan pinjam (kredit), koperasi konsumsi barang, atau koperasi yang memproduksi barang dan jasa ikut menggerakkan roda perekonomian. Bergeraknya peredaran uang dalam sistem usaha koperasi juga ikut menghidupkan geliat perekonomian.

## B. Studi Relevan

Penelitian terdahulu yang berhubungan dengan penelitian yang dilakukan, peneliti menemukan beberapa penelitian yang sudah pernah dilakukan tentang faktor penentu keputusan masyarakat dalam menggunakan jasa lembaga keuangan mikro syariah. Namun demikian, penelitian tersebut memiliki variasi yang berbeda, seperti penggunaan variabel independen dan lokasi penelitian yang berbeda. Beberapa penelitian terdahulu yang berhubungan dengan faktor penentu keputusan memilih lembaga keuangan yaitu:

**Tabel 4**  
**Penelitian Terdahulu**

No	Nama	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Kesimpulan	Perbedaan
	Jalaluddin dan Reza Audia (2019) <sup>41</sup> Jurnal Perspektif Ekonomi Darussalam Vol. 5,	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Masyarakat Menjadi Anggota Koperasi Syariah 212 (Studi Kasus	Metode Kuantitatif	Faktor aktivitas promosi (X <sub>1</sub> ) berpengaruh positif terhadap keputusan masyarakat menjadi anggota koperasi syariah 212 dan faktor religiusitas (X <sub>2</sub> ) berpengaruh positif	Variabel Independen

<sup>41</sup> Jalaluddin dan Reza Audia, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Masyarakat Menjadi Anggota Koperasi Syariah 212 (Studi Kasus di Banda Aceh dan Aceh Besar), *Jurnal Perspektif Ekonomi Darussalam* 5, no. 2, (2019)

no. 2	di Banda Aceh dan Aceh Besar)			terhadap keputusan masyarakat menjadi anggota koperasi syariah 212. Faktor aktivitas promosi (X <sub>1</sub> ) dan faktor religiusitas (X <sub>2</sub> ) secara simultan mempunyai pengaruh terhadap keputusan masyarakat menjadi anggota koperasi syariah 212	
2	Abu Bakar Akbar (2021) <sup>42</sup>  Jurnal Edunomika Vol. 5, no. 2	Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Koperasi Simpan Pinjam Dan Pembiayaan Syariah (KSPPS)	Metode Kuantitatif	Secara parsial, faktor budaya berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih BMT Tumang Cabang Solo. Secara parsial, faktor sosial, pribadi atau personal, maupun psikologis tidak berpengaruh signifikan terhadap	Objek Penelitian

<sup>42</sup> Abu Bakar Akbar, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS)", *Jurnal Edunomika* 5, no. 2, (2021)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi



				keputusan nasabah dalam memilih BMT Tumang Cabang Solo.	
3	Suprihati, Sumadi, Muhammad Tho'in (2021) <sup>43</sup>  Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam Vol. 7, no. 1	Pengaruh Religiusitas, Budaya, Pengetahuan Terhadap Minat Masyarakat Menabung di Koperasi Syariah	Metode Kuantitatif	Secara simultan, faktor religiusitas, pengetahuan, dan budaya berpengaruh terhadap minat menabung di Koperasi Syariah. Secara parsial, faktor budaya berpengaruh terhadap minat menabung, tetapi faktor pengetahuan dan faktor religiusitas tidak berpengaruh terhadap minat menabung di Koperasi Syariah	Variabel Independen
4	Masri Ramadhan, Syahidin,	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi	Metode Kuantitatif	Secara pasial, faktor sosial dan faktor psikologis	Objek Penelitian

<sup>43</sup> Suprihati, Sumadi, Muhammad Tho'in, "Pengaruh Religiusitas, Budaya, Pengetahuan Terhadap Minat Masyarakat Menabung di Koperasi Syariah", *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 7, no. 1 (2021)

<p>Syarifudin (2022)<sup>44</sup></p> <p>Journal of Economics Review Vol. 4 no. 2</p>	<p>hi Keputusan Konsumen Menggunakan Jasa Kantor POS Cabang Takengon Kabupaten Aceh Tengah</p>			<p>berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen menggunakan jasa pada Kantor Pos Cabang Takengon. Secara simultan faktor sosial dan faktor psikologis berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen menggunakan jasa pada Kantor Pos Cabang Takengon</p>	
<p>5</p>	<p>Rismawan (2017)<sup>45</sup></p> <p>Jurnal Pena Almuslim Vol/ 19, no. 2</p>	<p>Analisis Pengaruh Faktor Budaya, Faktor Sosial, Faktor Pribadi, Faktor Psikologi Terhadap Keputusan</p>	<p>Metode Kuantitatif</p>	<p>Secara simultan, faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian jasa asuransi Bumiputera Kantor</p>	<p>Objek Penelitian</p>

<sup>44</sup> Masri Ramadhan, Syahidin, Syarifudin, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Menggunakan Jasa Kantor POS Cabang Takengon Kabupaten Aceh Tengah", *Journal of Economics Review* 4, no. 2, (2022)

<sup>45</sup> Rismawan, "Analisis Pengaruh Faktor Budaya, Faktor Sosial, Faktor Pribadi, Faktor Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Asuransi Jiwa Bumiputera Lhokseumawe", *Jurnal Pena Almuslim* 19, no. 2, (2022)

	Pembelian Jasa Asuransi Jiwa Bumiputera Lhokseumawe		Cabang Lhokseumawe. Secara parsial, faktor psikologis merupakan faktor yang paling dominan	
--	---	--	--	--

Berdasarkan studi relevan diatas, terdapat beberapa persamaan serta perbedaan yang dimiliki oleh penelitian tersebut dengan penelitian yang peneliti lakukan.

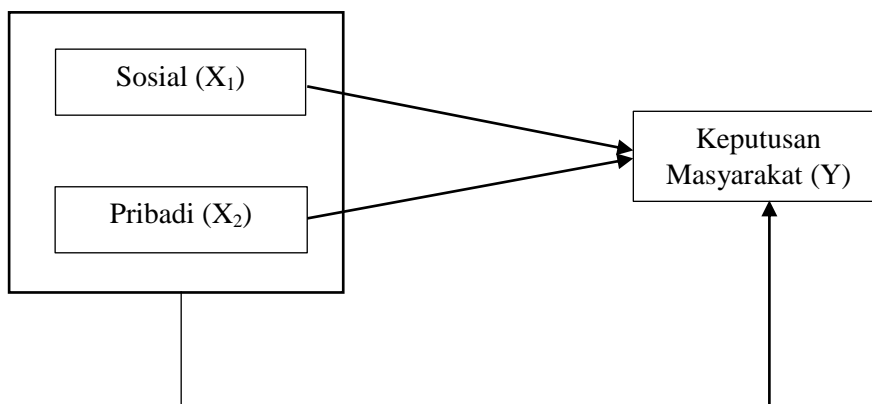
Pada penelitian yang dilakukan Jalaluddin dan Reza Audia, juga penelitian oleh Suprihati, Sumadi, Muhammad Tho'in, penelitian ini sama-sama meneliti tentang keputusan masyarakat terhadap koperasi. Tetapi, yang membedakan adalah variabel independen yang digunakan. Penelitian Jalaluddin dan Reza Audia menggunakan faktor promosi dan faktor religiusitas sebagai variabel independen, dan penelitian Suprihati, Sumadi, Muhammad Tho'in menggunakan faktor religiusitas, pengetahuan dan budaya sebagai variabel independen. Sedangkan peneliti disini menggunakan faktor sosial dan faktor pribadi sebagai variabel independen.

### C. Kerangka Berfikir

Kerangka berfikir menggambarkan pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat yaitu keputusan masyarakat menggunakan jasa lembaga keuangan mikro syariah. Dalam penelitian ini, dapat diketahui bahwa variabel bebas terdapat 2 indikator yaitu: variabel  $X_1$  faktor sosial dan variabel  $X_2$  faktor pribadi. Sedangkan variabel terikat yaitu keputusan masyarakat menggunakan jasa koperasi. Maka dibuat kerangka pemikiran sebagai berikut:



**Gambar 1**  
**Kerangka Pemikiran**



#### D. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan.<sup>46</sup> Berdasarkan kerangka penelitian diatas, dapat dirumuskan suatu hipotesis yang merupakan dugaan sementara dalam menguji suatu penelitian, yaitu sebagai berikut:

H<sub>1</sub> = Faktor Sosial secara parsial diduga berpengaruh terhadap keputusan masyarakat menggunakan jasa KSU Surya Muhammadiyah

H<sub>2</sub> = Faktor Pribadi secara parsial diduga berpengaruh terhadap keputusan masyarakat menggunakan jasa KSU Surya Muhammadiyah

H<sub>3</sub> = Faktor Sosial dan Pribadi secara simultan diduga berpengaruh terhadap keputusan masyarakat menggunakan jasa KSU Surya Muhammadiyah

<sup>46</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta,



## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Metode dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang dapat dicapai menggunakan prosedur statistik atau cara lain dari pengukuran. Pendekatan kuantitatif memusatkan perhatian pada gejala-gejala yang mempunyai karakteristik tertentu di dalam kehidupan manusia yang dinamakannya sebagai variabel. Dalam pendekatan kuantitatif hakekat hubungan di antara variabel-variabel dianalisis dengan menggunakan teori yang obyektif.<sup>47</sup>

#### B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi pelaksanaan penelitian ini adalah di Koperasi Serba Usaha (KSU) Surya Muhammadiyah yang berada di RT 19 Dusun Suka Karya Desa Pematang Kolim, Kecamatan Pelawan, Kabupaten Sarolangun. Penelitian ini dilakukan dengan pengambilan data melalui kuesioner yang disebar ke masyarakat yang menjadi konsumen KSU Surya Muhammadiyah. Hal ini berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan peneliti dengan ketua KSU Surya Muhammadiyah bahwa konsumen koperasi berasal dari masyarakat sekitar koperasi, yaitu Desa Pematang Kolim dan Desa Mekar Sari sehingga kedua desa tersebut merupakan titik penyebaran kuesioner terbanyak dan penelitian akan lebih mudah dilakukan. Objek penelitian yaitu KSU Surya Muhammadiyah dan subjek penelitiannya yakni masyarakat yang menjadi konsumen sekaligus anggota KSU Surya Muhammadiyah. **Jenis dan Sumber**

#### Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif yang bersumber dari data primer dan data sekunder.

##### 1. Data Primer

Data primer didapat dengan cara melakukan observasi dan wawancara. Cara mendapatkan data primer biasanya melalui kuisisioner

<sup>47</sup>Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2014) 39

dan melakukan pengamatan, subjek diberi lembar yang berisi pertanyaan atau pernyataan untuk diisi, pertanyaan atau pernyataan yang ditujukan untuk responden. Dalam penelitian ini data primer berupa hasil pernyataan angket, observasi dan informasi dari hasil wawancara yang didapatkan dari sumber asli yaitu dari responden anggota KSU Surya Muhammadiyah.

## 2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data tidak langsung yang diperoleh dari sumber pertama dan telah tersusun dalam bentuk dokumen tertulis. Data sekunder dapat diperoleh dari buku cetak. Pada penelitian ini data sekunder diperoleh dari berbagai macam referensi buku, dan hasil penelitian sebelumnya yang dipublikasikan yang berkaitan dengan penelitian ini, yang bersumber dari media offline (perpustakaan, toko buku) dan dari media online (jurnal ilmiah, e-book). Juga dokumen masyarakat di Desa Pematang Kolim dan Desa Mekar Sari

## C. Populasi dan Sampel

### 1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.<sup>48</sup> Populasi dari penelitian ini adalah seluruh masyarakat yang menjadi konsumen KSU Surya Muhammadiyah yaitu masyarakat Desa Pematang Kolim dan masyarakat Desa Mekar Sari. Sehingga populasi yang akan diteliti secara keseluruhan yaitu sebesar 230 konsumen.

### 2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.<sup>49</sup> Jika populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalkan karena keterbatasan

<sup>48</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian*, 117

<sup>49</sup> *Ibid*, 118

dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu.

#### D. Metode Penarikan Sampel

Teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel. Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat berbagai teknik sampling yang digunakan. Teknik penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *nonprobability sampling* atau pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel, dengan menggunakan teknik *purposive Sampling*.

Saran-saran menurut Roscoe dalam buku *Research Methods For Business* tentang ukuran sampel untuk penelitian adalah sebagai berikut:

1. Ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500
2. Bila dalam penelitian akan melakukan analisis dengan multivariate (korelasi atau regresi ganda misalnya), maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang akan diteliti. Contoh, dalam penelitian ini variabel penelitiannya ada 3 (independen + dependen), maka jumlah anggota sampel =  $10 \times 3 = 30$

Jumlah anggota sebagai respon yang akan diamati sebanyak 50 orang untuk memudahkan dalam analisis dengan regresi. Teknik ini peneliti gunakan karena pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan dengan pertimbangan tertentu, yaitu sampel yang diambil adalah masyarakat yang menjadi konsumen sekaligus anggota KSU Surya Muhammadiyah. Oleh karena itu, teknik yang paling memungkinkan adalah dengan teknik *purposive sampling*, artinya prosedur yang dilakukan dalam memilih sampel berdasarkan pertimbangan yang berkaitan dengan anggota sampel yang diperlukan untuk menjawab tujuan penelitian.

Pertimbangan dalam pengambilan sampel adalah sebagai berikut:

1. Responden adalah konsumen sekaligus anggota KSU Surya Muhammadiyah



2. Pengambilan sampel berdasarkan data yang direkomendasikan oleh ketua KSU Surya Muhammadiyah mengenai anggota yang dapat diwawancarai baik berupa nama dan alamat anggota

## E. Instrument Penelitian

### 1. Kuesioner Tertutup

Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner tutup (angket), yang mana responden tidak diberikan kesempatan menjawab dengan kata-katanya sendiri, melainkan telah disediakan alternatif jawaban.<sup>50</sup> Skala yang digunakan dalam pengumpulan data ini menggunakan skala likert, adapun kategori yang digunakan peneliti disini adalah sebagai berikut:

**Tabel 5**  
**Skala Likert Pada Pertanyaan Tertutup**

No	Kategori	Skor
1	Sangat Setuju	5
2	Setuju	4
3	Kurang Setuju	3
4	Tidak Setuju	2
5	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Sugiyono<sup>51</sup>

### 2. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan suatu instrumen yang menggunakan dokumen sebagai sumber data-datanya. Peneliti menggunakan instrumen dokumentasi untuk memperoleh data tentang kondisi umum KSU Surya Muhammadiyah. Data diperoleh melalui dokumen-dokumen dari KSU Surya Muhammadiyah. Instrumen ini digunakan untuk melengkapi data-data yang diperlukan, dengan menggali dokumen yang dimiliki tentang hal-hal yang ada kaitannya dan berhubungan dengan penelitian

<sup>50</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian*, 137

<sup>51</sup> *Ibid*,

## F. Defenisi Operasional Variabel

Operasional variabel adalah variabel penelitian dimaksudkan untuk memahami arti setiap variabel penelitian sebelum dilakukan analisis, instrument, serta sumber pengukuran berasal darimana.<sup>52</sup> Tujuannya adalah untuk menetapkan aturan dan prosedur yang digunakan oleh peneliti untuk mengukur variabel, memberikan arti yang tidak ambigu dan konsisten untuk istilah/variabel yang tidak dilengkapi dengan definisi operasional, maka dapat ditafsirkan dengan cara yang berbeda membuat pengumpulan data serta analisis lebih fokus dan efisien, dan memandu jenis data informasi apa yang dicari oleh peneliti.<sup>53</sup> Yang menjadi fokus dalam penelitian ini adalah:

### 1) Variabel Independen

Variabel independen merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat).<sup>54</sup> Variabel independen dalam penelitian ini adalah faktor sosial dan faktor pribadi.

### 2) Variabel Dependen

Variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.<sup>55</sup> Variabel dependen dalam penelitian ini adalah keputusan masyarakat. Pengambilan keputusan dapat dianggap sebagai suatu hasil atau keluaran dari proses mental yang membawa pada pemilihan suatu jalur tindakan diantara beberapa alternatif yang tersedia. Setiap proses pengambilan keputusan selalu menghasilkan satu pilihan final. Keluaraanya bisa berupa suatu tindakan (aksi) atau suatu opini terhadap pilihan.

<sup>52</sup> Saban Echdar, *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2017) 270

<sup>53</sup> “Definisi Operasional: Pengertian, Ciri-Ciri, Contoh, dan Cara Menyusunnya”, *penerbitdepublish.com* Januari 24, 2022,

<sup>54</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian*, 61

<sup>55</sup> *Ibid*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sultha Jambi

2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sultha Jambi

Tabel 6

## Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi	Indikator	Skala Pengukuran
1	Sosial (X <sub>1</sub> )	Faktor sosial adalah faktor yang muncul dari lingkungan sosial konsumen seperti kelompok acuan, keluarga, serta peran dan status sosial konsumen	1) Kelompok Acuan (dorongan dari rekan kerja) 2) Keluarga (dorongan dari pihak keluarga)	Likert
2	Pribadi (X <sub>2</sub> )	Keputusan pembelian juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi. Faktor pribadi meliputi usia dan tahap siklus hidup, pekerjaan, dan keadaan ekonomi	1) Pekerjaan 2) Keadaan Ekonomi	Likert
3	Keputusan Masyarakat (Y)	Keputusan adalah proses penelusuran masalah yang berawal dari latar belakang masalah,	1) Pengenalan Kebutuhan 2) Informasi 3) Keputusan	Likert

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sultha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sultha Jambi

		identifikasi masalah hingga kepada terbentuknya kesimpulan atau rekomendasi.		
--	--	--	--	--

## G. Metode Pengolahan dan Analisis Data

### 1. Analisis Deskriptif

Analisis data yang dilakukan adalah metode deskriptif kuantitatif. Dalam penelitian kuantitatif, analisa data akan dilakukan setelah data dari seluruh responden terkumpul. Penelitian ini menggunakan pengumpulan data sebagai berikut:

#### a) Wawancara

Wawancara adalah pertemuan dua orang untuk bertukar informasi atau ide melalui tanya jawab sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu.<sup>56</sup> Teknik wawancara yang dilakukan adalah wawancara terstruktur, yaitu digunakan sebagai teknik pengumpulan data, bila peneliti atau pengumpul data telah mengetahui dengan pasti tentang informasi yang akan diperoleh.<sup>57</sup>

#### b) Observasi

Observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologi dan psikologis. Dua diantara yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan. Jika wawancara dan kuesioner selalu berkomunikasi dengan orang, disini observasi tidak terbatas pada orang, tetapi juga obyek-obyek alam yang lain.

#### c) Kuesioner (Angket)

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis

<sup>56</sup> Arsyad Soeratno, *Metodologi Penelitian Untuk Ekonomi dan Bisnis*, (Yogyakarta: UUP STIM YKPN, 2008) 84

<sup>57</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian*, 194

kepada responden untuk dijawabnya.<sup>58</sup> Angket yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket tertutup, dimana responden tinggal memilih jawaban yang sudah disediakan. Dalam angket ini berisi tentang pertanyaan untuk responden yang berkaitan dengan faktor penentu keputusan dalam menggunakan jasa KSU Surya Muhammadiyah.

#### d) Dokumentasi

Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan berdasarkan dengan pengumpulan data atau dokumen baik berbentuk file ataupun gambar. Dokumentasi juga dapat diartikan sebagai pengumpulan data yang biasanya berbentuk surat, catatan harian, cendera mata, laporan, foto, dan juga dapat berbentuk di server dan flashdisk serta data yang tersimpan di website. Data ini bersifat tidak terbatas pada ruang dan waktu.<sup>59</sup>

## 2. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

### a) Uji Validitas

Validitas adalah ketepatan atau kecermatan suatu instrument dalam pengukuran.<sup>60</sup> Uji validitas dihitung dengan membandingkan nilai  $r$  hitung dengan nilai  $r$  tabel. Jika  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel dengan signifikansi 5% maka instrument tersebut valid. Uji validitas sebaiknya dilakukan pada setiap butir pertanyaan diuji validitasnya.

### b) Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana alat ukur dapat dipercaya. Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat ukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.<sup>61</sup> Pengujian reliabilitas dilakukan

<sup>58</sup> *Ibid*, 199

<sup>59</sup> Sujarweni, *Metodologi Penelitian*, 104

<sup>60</sup> Dian Ayunita Nugraheni Nurmala Dewi, "Modul Uji Validitas dan Reliabilitas", *researchgate.net/publication*, 2018

<sup>61</sup> Imam Ghozali, "Aplikasi Analisis Multivariant Dengan Program IBMS SPSS 23 Edisi 7", (Skripsi, Universitas Diponegoro Semarang, 2016), 42



dengan teknik *Cronbach Alpha* dengan taraf signifikansi 5%. Dikatakan reliabel apabila nilai *Cronbach Alpha* lebih dari 0,6.

### 3. Analisis Data

#### a) Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel terikat dan variabel bebas, mempunyai distribusi normal atau tidak. Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah residual yang diteliti terdistribusi normal atau tidak.<sup>62</sup> Untuk mengetahui apakah residual memiliki distribusi normal atau tidak, dilakukan dengan cara menggunakan analisis *scatterplots*, jika titik-titik berada disekitar garis diagonal dan penyebaran data berada pada sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi telah memenuhi asumsi normalitas.

#### b) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu ke pengamatan yang lain. Model regresi yang memenuhi persyaratan adalah dimana terdapat kesamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap atau disebut homoskedastisitas.<sup>63</sup> Cara memprediksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model dapat dilakukan dengan uji grafik scatterplot, jika sebaran titik yang ada pada grafik scatterplot tidak membentuk pola yang jelas maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

#### c) Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah ada korelasi antara variabel yang satu dengan variabel bebas yang lain dalam model regresi yang digunakan. Semakin kecil korelasi diantara variabel bebasnya maka semakin baik model regresi yang akan diperoleh. Metod yang digunakan untuk mendeteksi adanya multikolinearitas yaitu dengan melihat *tolerance* dan *variance intalion factor* (VIF) tidak lebih dari 10 dan

<sup>62</sup> Suliyanto, *Metode Riset Bisnis*, (Yogyakarta: Andi, 2006), 63

<sup>63</sup> "Uji Asumsi Klasik", *konsultanstatistik.com*, Juni 27, 2022

nilai *tolerance* tidak kurang dari 0,1 maka model regresi dapat dikatakan bebas masalah multikolinearitas.

#### d) Uji Autokorelasi

Autokorelasi dapat diartikan sebagai korelasi diantara anggota-anggota dari serangkaian observasi yang berderetan waktu. Uji autokorelasi digunakan untuk mengetahui ada tidaknya penyimpangan asumsi klasik autokorelasi, yaitu korelasi antara residual satu pengamatan dengan pengamatan lain pada model regresi. Pengujian ini menggunakan *Durbin Watson*.

#### 4. Uji Hipotesis

Uji hipotesis adalah sebuah proses untuk melakukan evaluasi kekuatan bukti dari sampel, dan memberikan dasar untuk membuat keputusan terkait dengan populasinya. Tujuan uji hipotesis adalah untuk memutuskan apakah hipotesis diuji ditolak atau diterima.

##### a) Analisis Regresi Berganda

Regresi Linear Berganda digunakan untuk menguji kebenaran hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini. Model analisis linear berganda adalah:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

Keterangan:

Y : Penggunaan jasa KSU Surya Muhammadiyah

a : Konstanta

$b_1$  : Koefisien Faktor Kekuatan Sosial Budaya

$b_2$  : Koefisien Faktor Psikologis

$X_1$  : Faktor Kekuatan Sosial Budaya

$X_2$  : Faktor Psikologis

##### b) Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Tujuan analisis ini yaitu untuk menghitung besarnya pengaruh variabel



independen terhadap variabel dependen.<sup>64</sup> Nilai  $R^2$  menunjukkan seberapa besar proporsi dari total variasi variabel tidak bebas yang dapat dijelaskan oleh variabel penjelasnya. Semakin tinggi nilai  $R^2$  maka besar proporsi dan total variasi variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independennya.

### c) Uji F

Uji F adalah pengujian dengan melihat nilai signifikansi persamaan yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas secara simultan terhadap variabel tidak bebas, dimana apabila nilai sig dibawah 0,05 maka variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat. Uji F digunakan untuk membuktikan adanya pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat secara simultan.<sup>65</sup>

Kriteria:

- a. Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima
- b. Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak

Atau:

- a. Jika nilai sig  $< 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima
- b. Jika nilai sig  $> 0,05$ , maka  $H_a$  ditolak dan  $H_0$  diterima

### d) Uji t

Uji t dikenal dengan uji parsial yaitu untuk menguji bagaimana pengaruh masing-masing variabel bebasnya secara individu terhadap variabel terikatnya.<sup>66</sup> Uji ini dapat dilakukan dengan membandingkan t hitung dengan t tabel atau dapat juga dengan melihat kolom signifikansi pada masing-masing t hitung. Dengan:

- a. Jika nilai sig.  $< 0,05$  atau t hitung  $> t$  tabel, maka terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y
- b. Jika nilai sig.  $> 0,05$  atau t hitung  $< t$  tabel, maka tidak terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y

<sup>64</sup> Sujarweni, *Metodologi Penelitian*, 228

<sup>65</sup> *Ibid*

<sup>66</sup> Anwar Hidayat, "Uji F dan Uji T" *statistikian.com*, Juni 27, 2022

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Gambaran Umum Objek Penelitian

##### 1. Sejarah Koperasi Serba Usaha Surya Muhammadiyah

Organisasi Muhammadiyah merupakan salah satu organisasi keagamaan di Indonesia. Dalam perjalanan yang demikian panjang organisasi Muhammadiyah telah tumbuh dan berkembang menjadi prganisasi kemasyarakatan yang sangat besar. Jaringan organisasi perserikatan muhammadiyah telah besar dan tersebar di provinsi, kabupaten atau kota, dan sebagian besar kecamatan dan juga di desa seluruh Indonesia.

Upaya berpartisipasi dalam mengembangkan bangsa, muhammadiyah telah mendirikan dan mengelola belasan ribu amal usaha dibidang pendidikan, kesehatan, dan amal usaha panti asuhan. Semua jenis usaha tersebut merupakan jenis amal usaha gerakan perserikatan muhammadiyah dalam rangka memerangi kebodohan dan mengurangi kemiskinan.

Koperasi Serba Usaha (KSU) Surya Muhammadiyah pendiriannya dipelopori Pemuda Muhammadiyah Kecamatan Pelawan pada tahun 2009. Setelah 2 tahun menjalani pra-koperasi, pada tahun 2011 barulah akta pendirian dan badan hukum koperasi terbit. KSU Surya Muhammadiyah rata-rata anggotanya berprofesi sebagai Petani dan bergerak dalam bidang jual beli getah karet anggota dan masyarakat sekitar agar memperoleh harga yang tinggi.

##### 2. Visi dan Misi

###### a) Visi

Sebagai sarana dakwah Muhammadiyah melalui bidang ekonomi

###### b) Misi

Meningkatkan perekonomian khususnya untuk anggota dan masyarakat sekitar koperasi pada umumnya

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

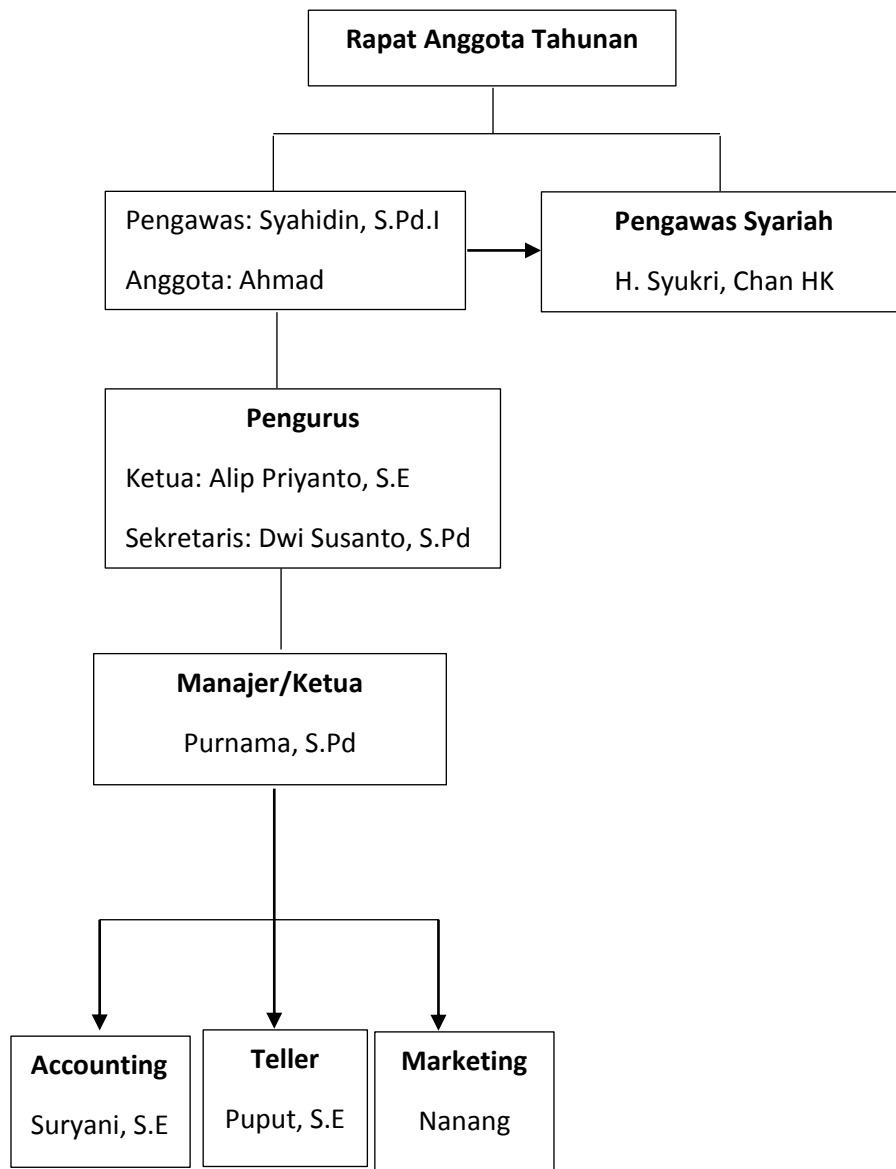
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sultna Jambi

2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sultna Jambi

### 3. Struktur Organisasi KSU Surya Muhammadiyah

Gambar 2

Struktur Organisasi KSU Surya Muhammadiyah



Dalam badan usaha, perlu adanya penempatan dan pembagian pekerjaan, tugas-tugas dan tanggung jawab serta wewenang. Struktur organisasi tersebut harus memungkinkan adanya penepatan hubungan-hubungan antara unsur-unsur organisasi, sehingga koordinasi dan kerjasama

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

diantara semua level dan manajemen dapat berjalan dengan efektif dan efisien untuk mengambil tindakan atau keputusan dalam mencapai tujuan badan usaha.

Dalam melaksanakan tugas, masing-masing pihak dalam struktur organisasi pada KSU Surya Muhammadiyah mempunyai *job description* yang dipertanggungjawabkan kepada atasannya sehingga badan usaha ini dapat berjalan dengan baik, untuk mengetahui tugas dan wewenang dalam struktur organisasi KSU Surya Muhammadiyah adalah sebagai berikut:

- a. Dewan Pengawas
  - 1) Dewan pengawas bertugas melakukan pengawasan terhadap kebijaksanaan pengawasan KSU Surya Muhammadiyah dan membuat laporan tertulis tentang hasil-hasil laporannya
  - 2) Wewenang dewan pengawas adalah meneliti catatan yang ada pada KSU dan mendapatkan segala keterangan yang diperlukan
- b. Dewan Pengawas Syariah
  - 1) Dewan pengawas syariah menilai dan memastikan pemenuhan prinsip syariah atas pedoman operasional dan produk yang dikeluarkan KSU Surya Muhammadiyah
  - 2) Wewenang dewan pengawas syariah yaitu meminta data dan informasi terkait dengan aspek syariah dari KSU Surya Muhammadiyah dalam rangka pelaksanaan tugasnya.
- c. Pengurus
  - 1) Pengurus mempunyai tugas bertanggung jawab atas pelaksanaan dan pengawas pengelolaan KSU Surya Muhammadiyah, dan menyelenggarakan Rapat Anggota, pengajuan Rencana Kerja (RK) dan Rencana Anggaran Pendapatan dan Belanja (RAPB) KSU Surya Muhammadiyah
  - 2) Wewenang pengurus adalah menunjuk pengelola KSU yang profesional dan melakukan segala perbuatan hukum untuk dan atas nama KSU Surya Muhammadiyah

- d. Manajer/Ketua
  - 1) Manajer/Ketua mempunyai tugas memimpin organisasi dan keuangan di KSU Surya Muhammadiyah, dan melakukan evaluasi dan memutuskan permohonan pembiayaan melalui mekanisme atau forum komite pembiayaan
  - 2) Wewenang manajer/ketua adalah melakukan pengendalian atau pembinaan terhadap pengembalian pembiayaan dan menandatangani berbagai berkas atau dokumen transaksi keuangan KSU Surya Muhammadiyah
- e. *Accounting*
  - 1) Tugas *accounting* adalah bertanggung jawab atas pengelolaan dan keselamatan asset KSU
  - 2) Bersama manajer/ketua melakukan pembinaan dan pengawasan tugas-tugas pengelola, terutama dibidang penerimaan dan pengeluaran uang, pembukuan, dan membuat laporan keuangan harian, bulanan, triwulan, dan tahunan KSU Surya Muhammadiyah
- f. *Teller*
  - 1) Tugasnya memberikan pelayanan kepada nasabah baik penarikan maupun penyetoran (simpanan maupun pembiayaan), dan menghitung keadaan keuangan atau transaksi setiap hari
  - 2) Wewenang *teller* adalah mengatur dan menyiapkan pengeluaran uang tunai baik pembiayaan ataupun simpanan yang telah disetujui oleh manajer/ketua, dan menghitung uang tunai dari staf pemasaran
- g. *Marketing*
  - 1) Tugas marketing yaitu membuat dan mengevaluasi produk-produk KSU agar sesuai dengan kebutuhan pasar, serta menyusun strategi sosialisasi, promosi untuk meningkatkan penjualan produk
  - 2) Melakukan survey terhadap calon penerima pembiayaan dan menagih angsuran yang terlambat bayar

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi





## B. Hasil Penelitian

### a. Karakteristik Responden

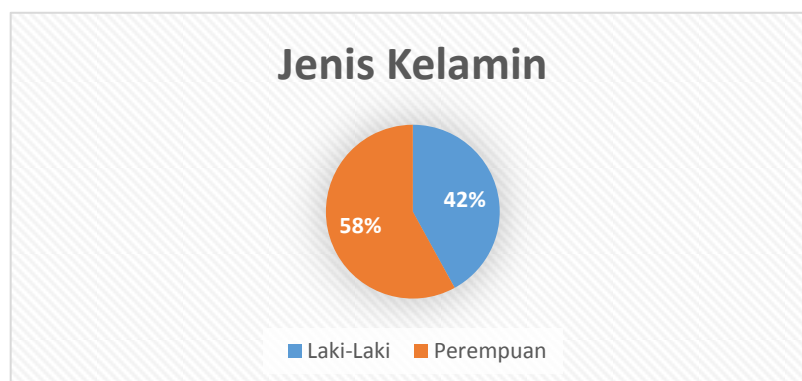
Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh faktor sosial dan faktor pribadi terhadap keputusan masyarakat dalam menggunakan jasa lembaga keuangan dalam hal ini adalah KSU Surya Muhammadiyah. Subyek dalam penelitian ini adalah yaitu masyarakat yang menjadi konsumen sekaligus anggota KSU Surya Muhammadiyah.

#### 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Aktivitas yang dilakukan oleh seseorang dapat dicerminkan melalui jenis kelamin. Adapun data mengenai jenis kelamin responden pada KSU Surya Muhammadiyah dilihat tabel berikut:

**Gambar 3**

#### Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin



Sumber: Data Primer diolah 2022

Hasil olah data primer (frekuensi responden berdasarkan jenis kelamin) diatas, dari 50 responden yang memilih pembiayaan menggunakan jasa KSU Surya Muhammadiyah didominasi oleh perempuan sebesar 58% atau sebanyak 29 orang dibandingkan dengan laki-laki yang sebesar 42% atau sebanyak 21 orang. Hal ini didominasi oleh perempuan karena mempunyai keinginan yang lebih dalam untuk menggunakan pembiayaan pada koperasi karena kebutuhan hidup. Akan tetapi, tidak sedikit pula laki-laki yang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi

2. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi





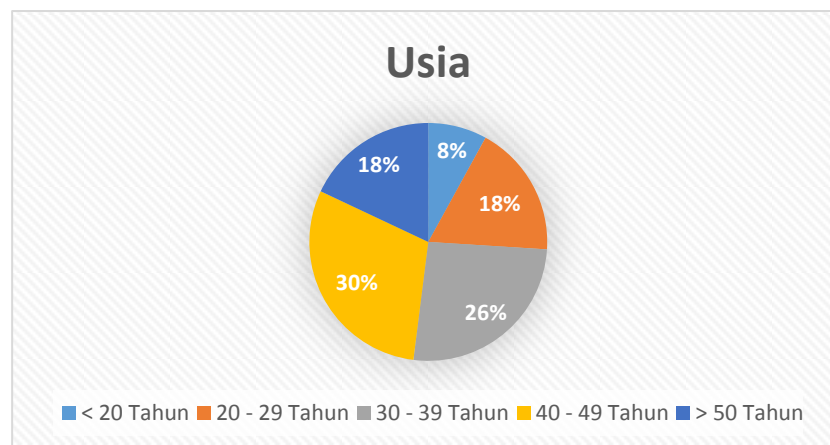
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:  
 1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi  
 2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

menggunakan pembiayaan pada koperasi untuk mudah dan ingin cepat mendapatkan uang.

## 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Salah satu faktor penting yang mempengaruhi perilaku seseorang adalah usia. Adapun data mengenai usia responden konsumen di KSU Surya Muhammadiyah yaitu sebagai berikut:

**Gambar 4**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**



Sumber: Data Primer diolah 2022

Dari diagram diatas menunjukkan bahwa rata-rata responden tergolong dalam usia produktif. Jumlah responden yang paling banyak adalah pada usia 40 – 49 tahun sebesar 30% atau sebanyak 15 orang. Selanjutnya reponden pada usia 30-39 tahun sebesar 26% atau sebanyak 13 orang, kemudian responden pada usia 20 – 29 tahun sebesar 18% atau sebanyak 9 orang, responden yang berusia diatas 50 tahun sebesar 18% atau sebanyak 9 orang, dan responden yang dibawah 20 tahun sebesar 8% atau sebanyak 4 orang.

## 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

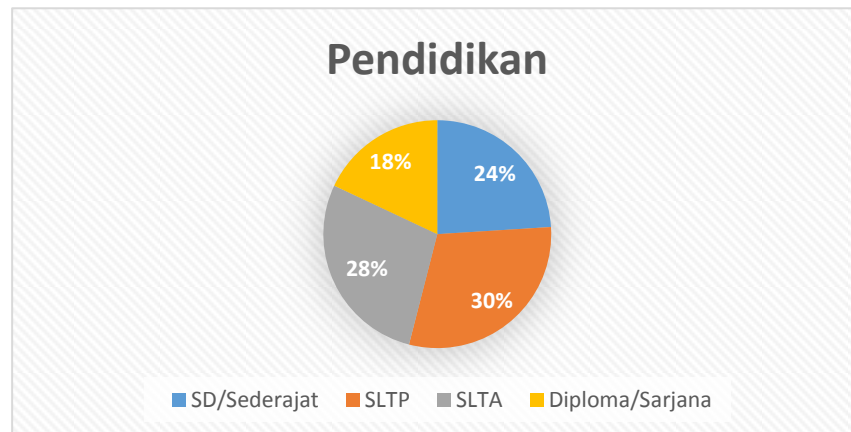
Tingkat pendidikan mencerminkan mutu dan kualitas manusia. Pendidikan responden yang dimaksud adalah pendidikan formal yang telah ditempuh dan diselesaikan responden. Tingkat pendidikan responden dapat dilihat pada tabel berikut:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

**Gambar 5**

**Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan**



*Sumber: Data Primer diolah 2022*

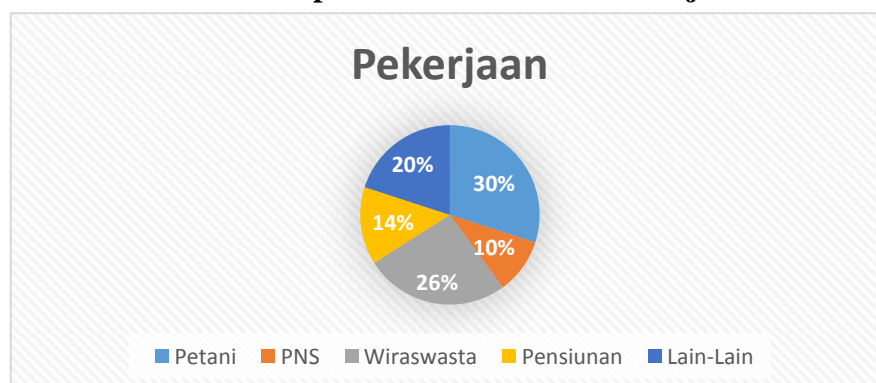
Berdasarkan diagram diatas, dapat diketahui dari 50 responden yang berpendidikan SD/Sederajat sebesar 24% atau sebanyak 12 orang, tingkat SLTP sebesar 30% atau sebanyak 15 orang, tingkat SLTA sebesar 28% atau sebanyak 14 orang, dan tingkat diploma sarjana sebesar 18% atau sebanyak 9 orang.

**4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan**

Data mengenai pekerjaan responden konsumen KSU Surya Muhammadiyah yang menggunakan pembiayaan adalah sebagai berikut:

**Gambar 6**

**Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan**





Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

Sumber: *Data Primer Diolah 2022*

Berdasarkan diagram diatas, diketahui bahwa dari 50 responden yang menggunakan jasa KSU Surya Muhammadiyah terbanyak adalah yang bekerja sebagai petani yaitu sebesar 30% atau sebanyak 15 orang, kemudian wiraswasta sebesar 26% atau sebanyak 13 orang, kemudian pensiunan sebesar 14% atau sebanyak 7 orang, selanjutnya PNS sebesar 10% atau sebanyak 5 orang, dan lainnya sebesar 20% atau sebanyak 10 orang.

## b. Hasil Analisis Data

### 1. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

#### a) Uji Validitas

Uji validitas adalah prosedur untuk memastikan apakah kuesioner yang akan dipakai untuk mengukur variabel penelitian valid atau tidak. Kuesioner dikatakan valid apabila dapat mempresentasikan atau mengukur apa yang hendak diukur (variabel penelitian). Atau dengan kata lain, validitas adalah ukuran yang menunjukkan kevalidan atau kecocokan dari suatu instrumen yang telah ditetapkan. Untuk menentukan valid atau tidaknya suatu kuesioner adalah dengan membandingkan nilai  $r_{hitung}$  dengan nilai  $r_{tabel}$ . Jika  $R_{hitung} > R_{tabel}$  maka pernyataan/pertanyaan tersebut dikatakan valid.

#### 1. Faktor Sosial

**Tabel 7**

**Hasil Uji Validitas Faktor Sosial**

Item Pernyataan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
1	0,546	0,279	Valid
2	0,589	0,279	Valid
3	0,790	0,279	Valid
4	0,807	0,279	Valid
5	0,628	0,279	Valid

Sumber: *Hasil Olah Data 2022*



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 4.1 setiap item pernyataan menghasilkan  $r_{hitung} > r_{tabel}$ . Seluruh instrumen penelitian yang berjumlah 5 butir pernyataan untuk faktor sosial ( $X_1$ ) dinilai valid.

## 2. Faktor Pribadi

**Tabel 8**

**Hasil Uji Validitas Faktor Pribadi**

Item Pernyataan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
1	0,778	0,279	Valid
2	0,915	0,279	Valid
3	0,678	0,279	Valid
4	0,731	0,279	Valid
5	0,787	0,279	Valid

Sumber: Hasil Olah Data 2022

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 4.2 setiap item pernyataan menghasilkan  $r_{hitung} > r_{tabel}$ . Seluruh instrumen penelitian yang berjumlah 5 butir pernyataan untuk faktor pribadi ( $X_2$ ) dinilai valid.

## 3. Keputusan Masyarakat

**Tabel 9**

**Hasil Uji Validitas Keputusan Masyarakat**

Item Pernyataan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
1	0,748	0,279	Valid
2	0,825	0,279	Valid
3	0,726	0,279	Valid
4	0,768	0,279	Valid
5	0,691	0,279	Valid

Sumber: Hasil Olah Data 2022

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 4.3 setiap item pernyataan menghasilkan  $r_{hitung} > r_{tabel}$ . Seluruh instrumen penelitian yang berjumlah 5 butir pernyataan untuk keputusan masyarakat (Y) dinilai valid.

### b) Uji Reliabilitas



Suatu instrumen dikatakan *reliable* apabila jawaban responden terhadap pernyataan/pertanyaan yang diajukan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Metode yang digunakan untuk menguji Reliabilitas kuesioner pada penelitian ini adalah menggunakan rumus *Alpha Cronbach*, dimana dikatakan *reliable* jika *Alpha Cronbach*  $> 0,60$ . Berikut hasil uji reliabilitas:

Tabel 10

### Hasil Uji Reliabilitas Faktor Sosial

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.701	5

Sumber: Hasil Olah Data 2022

Tabel 11

### Hasil Uji Reliabilitas Faktor Pribadi

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.838	5

Sumber: Hasil Olah Data 2022

Tabel 12

### Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Masyarakat

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.805	5

Sumber: Hasil Olah Data 2022

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

Berdasarkan hasil tabel diatas, dapat diketahui bahwa seluruh variabel memiliki nilai *Alpha Cronbach* yang lebih dari 0,60 maka item pernyataan tersebut dinyatakan *reliable*.

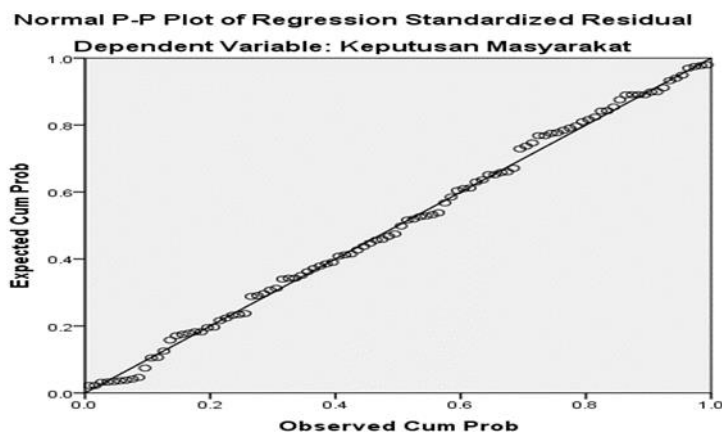
## 2. Uji Asumsi Klasik

### a) Uji Normalitas

Uji normalitas dimaksudkan untuk memperlihatkan data sampel berdasarkan data populasi yang berdistribusi normal atau tidak normal. Metode yang digunakan adalah Uji *Scatterplots*.

**Gambar 7**

### Hasil Uji Normalitas



*Sumber: Hasil Olah data 2022*

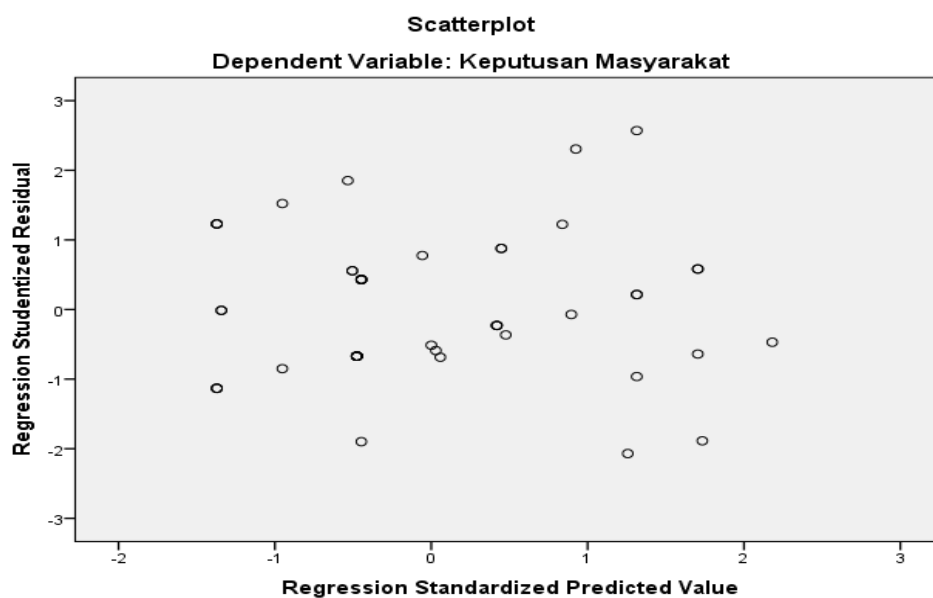
Dari gambar diatas menunjukkan titik-titik berada disekitar garis diagonal dan penyebaran data berada pada sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi telah memenuhi asumsi normalitas.

### b) Uji Heteroskedastisitas

Uji ini dilakukan untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dengan melihat pola titik-titik pada *scatterplots*

regresi. Jika titik-titik menyebar dengan pola yang tidak jelas diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y maka tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

**Gambar 8**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas**



*Sumber: Hasil Olah Data 2022*

Dari gambar diatas, terlihat titik-titik menyebar secara acak serta tersebar baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y, tidak ada pola tertentu yang teratur. Karena itu, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi ini.

### c) Uji Multikolinearitas

Metode yang digunakan untuk mendeteksi adanya Multikolinearitas yaitu dengan menggunakan *tolerance* dan *variance intalion factor* (VIF). Jika nilai VIF tidak lebih dari 10 maka model

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

regresi dapat dikatakan bebas dari masalah Multikolinearitas. Berikut hasil uji multikolinearitas:

**Tabel 13**  
**Hasil Uji Multikolinearitas**

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Faktor Sosial	.724	1.382
Faktor Pribadi	.724	1.382

Sumber: Hasil Olah Data 2022

Dari tabel diatas, dapat dilihat bahwa nilai tolerance dari masing-masing variabel independen lebih dari 0,1 dan nilai VIF kurang dari 10, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah multikolinearitas dalam model regresi ini.

#### d) Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode  $t-1$  sebelumnya. Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Untuk mendeteksi autokorelasi dalam penelitian ini maka digunakan uji Durbin Watson (DW) berikut ini:

**Tabel 14**  
**Hasil Uji Autokorelasi**

Model Summary					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.878 <sup>a</sup>	.772	.762	1.438	2.332

a. Predictors: (Constant), Faktor Pribadi, Faktor Sosial



Pada tabel diatas dapat diketahui nilai durbin-watson (d) sebesar 2,332 nilai ini akan dibandingkan dengan nilai tabel yang menggunakan signifikansi 5%. Jumlah sampel (n) 50 dan jumlah variabel independen (k) 2. Maka dari tabel didapati nilai  $dU = 1,628$  dan nilai  $dL = 1,462$  dan juga  $4-dU = 2,372$  dan  $4-dL = 2,538$

Dasar pengambilan keputusan:

Jika,

- 1)  $0 < d < dL$  = tidak ada autokorelasi positif dengan keputusan ditolak
- 2)  $dL \leq d \leq dU$  = tidak ada autokorelasi positif dengan keputusan *no decision*
- 3)  $4-dL \leq d \leq 4$  = tidak ada autokorelasi negatif dengan keputusan ditolak
- 4)  $4-dU \leq d \leq 4-dL$  = tidak ada autokorelasi negatif dengan keputusan *no decision*
- 5)  $dU < d < 4-dU$  = tidak ada autokorelasi positif atau negatif dengan keputusan diterima

Maka,  $1,628 < 2,332 < 2,372$ , berarti keputusan diterima dan tidak terjadi autokorelasi

### 3. Uji Hipotesis

#### a) Analisis Regresi Berganda

Penelitian ini menggunakan model regresi berganda karena penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, dan juga untuk mendeskripsikan nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan, serta untuk mengetahui arah hubungan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Untuk melihat apakah hubungan itu positif atau negatif, ditentukan oleh koefisien arah regresi yang dilambangkan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi



huruf b. Jika b positif, maka hubungannya positif pula. Artinya, semakin tinggi/naik nilai X, maka semakin tinggi pula nilai Y. Demikian sebaliknya.

**Tabel 15**  
**Hasil Uji Koefisiensi Regresi Berganda**

Model		Coefficients <sup>a</sup>			t	Sig.
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.361	2.439		1.378	.171
	Faktor Sosial	.327	.145	.250	2.254	.026
	Faktor Pribadi	.407	.131	.343	3.093	.003

a. Dependent Variable: Keputusan Masyarakat  
*Sumber: Hasil Olah Data 2022*

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

$$Y = 3,361 + 0,327(\text{faktor sosial}) + 0,407(\text{faktor pribadi}) + e$$

- 1) Nilai konstanta ( $a$ ) sebesar 3,361 artinya apabila faktor sosial ( $X_1$ ) dan faktor pribadi ( $X_2$ ) bernilai 0 atau tanpa adanya faktor sosial dan faktor pribadi, maka keputusan menggunakan jasa koperasi nilainya akan tetap terbentuk sebesar 3,361%. Dengan kata lain, jika faktor sosial dan faktor pribadi masyarakat tinggi maka masyarakat tidak ragu untuk menggunakan jasa KSU Surya Muhammadiyah untuk melakukan pembiayaan.
- 2)  $X_1$  (faktor sosial) sebesar 0,327 artinya jika faktor sosial meningkat, maka keputusan masyarakat menggunakan jasa KSU akan meningkat sebesar 32,7%. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan berpengaruh positif dan signifikan antara variabel faktor sosial dengan keputusan masyarakat.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

- 3)  $X_2$  (faktor pribadi) sebesar 0,407 artinya jika faktor pribadi meningkat, maka keputusan masyarakat menggunakan jasa KSU akan meningkat 40,7%. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan berpengaruh positif dan signifikan antara variabel faktor pribadi dengan keputusan masyarakat.

#### b) Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi berguna untuk memprediksi atau melihat seberapa besar kontribusi pengaruh yang diberikan variabel X terhadap variabel Y.

**Tabel 16**  
**Koefisien Determinasi**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.878 <sup>a</sup>	.772	.762	1.438

a. Predictors: (Constant), Faktor Pribadi, Faktor Sosial

Sumber: Hasil Olah Data 2022

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa nilai koefisien determinasi atau R square adalah sebesar 0,772 atau sama dengan 77,2% yang menunjukkan hubungan yang cukup kuat. Angka tersebut mengandung arti bahwa variabel  $X_1$  (faktor sosial) dan  $X_2$  (faktor pribadi) berpengaruh terhadap variabel Y (keputusan masyarakat). Sedangkan sisanya ( $100\% - 77,2\% = 22,8\%$ ) dipengaruhi oleh variabel lain diluar persamaan regresi ini atau variabel yang tidak diteliti.

#### c) Uji F

Uji F dilakukan untuk mengetahui apakah variabel independen (sosial dan pribadi) secara simultan atau bersama-sama berpengaruh

terhadap variabel dependen (keputusan masyarakat). Berikut hasil uji F pada penelitian ini:

**Tabel 17**  
**Hasil Uji F**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	328.327	2	164.163	79.385	.000 <sup>b</sup>
	Residual	97.193	47	2.068		
	Total	425.520	49			

a. Dependent Variable: Keputusan Masyarakat

b. Predictors: (Constant), Faktor Pribadi, Faktor Sosial

Sumber: Hasil Olah Data 2022

Rumus  $F_{\text{tabel}}$  :  $df1 = k-1$  dan  $df2 = n-k$

Maka  $df1 = 3 - 1 = 2$  dan  $df2 = 50 - 3 = 47$ ,  $F_{\text{tabel}} = 3,20$

Berdasarkan hasil uji diatas, diketahui bahwa nilai signifikansi 0,000 dan F hitung sebesar 79,385. Dimana nilai sig 0,000 < 0,05 dan F hitung 79,385 > F tabel 3,20 maka dapat disimpulkan bahwa secara simultan faktor sosial dan faktor pribadi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan masyarakat atau  $H_3$  diterima dan  $H_0$  ditolak.

#### d) Uji t

Uji t dilakukan untuk mengetahui apakah variabel independen secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependen. Berikut hasil uji t pada penelitian ini:

**Tabel 18**  
**Hasil Uji t**

Model		Coefficients <sup>a</sup>				T	Sig.
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			
		B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	3.361	2.439		1.378	.171	
	Faktor Sosial	.327	.145	.250	2.254	.026	
	Faktor Pribadi	.407	.131	.343	3.093	.003	

a. Dependent Variable: Keputusan Masyarakat

Sumber: Hasil Olah Data 2022

$$T_{tabel} = t (a/2 : n-k-1) = t (0,05/2 : 50-3-1) = 0,025 : 46 = 2,012$$

Berdasarkan hasil uji pada tabel diatas, dapat disimpulkan bahwa:

- 1) Faktor sosial memiliki nilai t hitung sebesar 2,254 sedangkan t tabel sebesar 2,012 atau t hitung > t tabel dan tingkat signifikansi  $0,026 < 0,05$ . Dengan demikian dapat diartikan bahwa faktor sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan masyarakat atau  $H_1$  diterima dan  $H_0$  ditolak
- 2) Faktor pribadi memiliki nilai t hitung sebesar 3,093 sedangkan t tabel sebesar 2,012 atau t hitung > t tabel dan tingkat signifikansi  $0,003 < 0,05$ . Dapat diartikan bahwa faktor pribadi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan masyarakat atau  $H_2$  diterima dan  $H_0$  ditolak.

### C. Pembahasan Hasil Penelitian

#### 1. Pengaruh Faktor Sosial Terhadap Keputusan Masyarakat Menggunakan Jasa KSU Surya Muhammadiyah

Secara hakikat, manusia adalah makhluk sosial yang membutuhkan oranglain untuk hidup ditengah-tengah masyarakat. Dengan itu, keadaan sosial manusia bisa mempengaruhi dalam pengambilan keputusan untuk

menggunakan maupun mengkonsumsi sesuatu. Faktor sosial adalah faktor yang muncul dari lingkungan sosial konsumen.<sup>67</sup>

Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan masyarakat menggunakan jasa koperasi, ditunjukkan dengan  $t$  hitung  $2,254 > t$  tabel  $2,012$  dan tingkat signifikansi  $0,026 < 0,05$ . Fenomena yang terjadi di masyarakat sekitar KSU Surya Muhammadiyah yaitu ditemukan bahwa adanya dorongan dari beberapa orang yang dijadikan sebagai kelompok referensi, dimana ketika ada salah satu orang yang telah memilih dan menggunakan jasa pembiayaan di KSU Surya Muhammadiyah, hal ini menjadi salah satu alasan dan mempengaruhi bagi yang lain untuk menggunakan jasa yang sama. Selain ajakan rekan kerja, pengaruh dari keluarga dan orang-orang terdekat juga menjadi alasan masyarakat untuk menggunakan jasa KSU Surya Muhammadiyah.

Dalam buku *Perilaku Konsumen* karya Awan Prabu Mangkunegara, dari beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan, kelompok acuan terdiri dari semua kelompok yang memiliki pengaruh langsung (tatap muka) atau tidak langsung terhadap sikap atau perilaku konsumen tersebut. Kelompok yang memiliki pengaruh langsung terhadap konsumen dinamakan kelompok keanggotaan. Beberapa kelompok keanggotaan seperti ajakan rekan kerja, memberikan pengaruh kepada oranglain untuk menggunakan jasa yang sama.

Penelitian ini sesuai dengan teori Kotler yang mendefinisikan Faktor Sosial merupakan interaksi formal maupun informal dalam masyarakat yang relatif permanen yang anggotanya menganut minat dan perilaku serupa dalam usahanya mencapai tujuan bersama. Faktor sosial terdiri dari: kelompok acuan, keluarga, peran dan status.

Keluarga memegang peranan penting dalam memengaruhi proses pengambilan proses keputusan pembelian, kebiasaan yang dilakukan di dalam suatu keluarga akan dibawa ke dalam kegiatan sehari-hari. Contohnya jika suatu keluarga biasa makan di luar rumah maka akan

<sup>67</sup> Priansa, *Perilaku Konsumen*, 83



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

membentuk individu yang konsumtif, hal tersebut juga dipengaruhi oleh kelompok acuan, peran dan status yang dimilikinya secara bersama-sama memengaruhi proses keputusan pembelian suatu produk/jasa untuk dikonsumsi.

Semakin besar pengaruh keluarga dan kelompok acuan terhadap individu maka akan semakin tinggi proses keputusan pembelian dan sebaliknya. Dengan memperhatikan produk yang digunakan diterima dengan baik dan sering dikonsumsi pula oleh keluarga maupun kelompok acuan tersebut.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Abu Bakar Akbar (2021) yang berjudul “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS) BMT Tumang Cabang Solo” dengan hasil penelitian faktor sosial dan faktor pribadi berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih BMT Tumang Cabang Solo, baik secara parsial maupun secara simultan.

## 2. Pengaruh Faktor Pribadi Terhadap Keputusan Masyarakat Menggunakan Jasa KSU Surya Muhammadiyah

Perilaku konsumen juga dipengaruhi oleh faktor pribadi. Faktor pribadi menggabungkan antara tatanan psikolog manusia dengan pengaruh lingkungan. Termasuk sifat, watak, terutama karakteristik dominan seseorang. Faktor pribadi yang meliputi usia dan tahap siklus hidup, pekerjaan, dan keadaan ekonomi. Semakin tinggi jabatan dalam bekerja, mapan dalam segi ekonomi, dan gaya hidup yang semakin meningkat, maka semakin tinggi keputusan seseorang untuk menggunakan suatu produk atau jasa.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor pribadi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan jasa koperasi, ditunjukkan dengan  $t$  hitung  $3,093 > t$  tabel  $2,012$  dan tingkat signifikansi  $0,003 < 0,05$ . Fenomena yang terjadi di masyarakat adalah faktor pribadi sangat mempengaruhi keputusan masyarakat menggunakan jasa KSU Surya

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi



Muhammadiyah. Keadaan Ekonomi menjadi alasan yang paling dominan untuk menggunakan jasa KSU Surya Muhammadiyah, beberapa dari mereka menyampaikan alasan menggunakan pembiayaan adalah untuk memenuhi kebutuhan hidup yang masih belum tercukupi dari hasil kerja mereka, sehingga itu menjadikan alasan mereka untuk melakukan pembiayaan di KSU Surya Muhammadiyah.

Penelitian ini sesuai dengan teori kotler dan amstrong yang mendefinisikan Faktor Pribadi merupakan karakteristik psikologis seseorang yang berbeda dengan orang lain yang menyebabkan tanggapan yang relatif konsisten dan bertahan lama terhadap lingkungan. Faktor pribadi terdiri dari: usia dan tahap siklus, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri. Proses keputusan penggunaan sangat dipengaruhi oleh keadaan ekonomi dan pekerjaan dimana masing-masing memberikan kontribusi yang saling mendukung bagi konsumen untuk menetapkan proses menggunakan suatu produk/jasa. Contohnya seperti yang nyata terjadi di masyarakat yang menjadi konsumen KSU Surya Muhammadiyah yaitu keadaan ekonomi yang memiliki penghasilan menengah kebawah, hal tersebut mempengaruhi keputusan menggunakan pembiayaan pada KSU Surya Muhammadiyah.

Penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Masri Ramadhan, Syahidin, dan Syarifudin yang berjudul “Analisis Pengaruh Faktor Budaya, Faktor Sosial, Faktor Pribadi, Faktor Psikologi Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Asuransi Jiwa Bumiputera Lhokseumawe” dengan hasil penelitian baik secara parsial maupun simultan faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologis berpengaruh terhadap keputusan pembelian jasa asuransi jiwa bumiputera Lhokseumawe.

### 3. Pengaruh Faktor Sosial dan Faktor Pribadi Secara Simultan Terhadap Keputusan Masyarakat Menggunakan Jasa KSU Surya Muhammadiyah

Keputusan pembelian atau dalam hal ini adalah keputusan menggunakan suatu jasa merupakan bagian dari perilaku konsumen. Dalam

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi





perilaku konsumen tersebut, seorang pembeli akan melakukan penilaian yang kemudian dirumuskan menjadi berbagai alternatif tindakan untuk menjatuhkan pilihan pada salah satu alternatif tertentu.

Sesuai dengan hasil uji yang telah dilakukan, diperoleh F hitung sebesar 79,385 dan F tabel sebesar 3,20. Dan dengan nilai signifikansi 0,000. Maka dapat disimpulkan bahwa secara simultan faktor sosial dan faktor pribadi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan masyarakat atau  $H_3$  diterima dan  $H_0$  ditolak.

Di dalam tahap proses keputusan pembelian konsumen membentuk preferensi merek-merek dalam kumpulan pilihan. Konsumen mungkin juga membentuk niat untuk melakukan pembelian produk atau penggunaan jasa yang paling diminati dan disukai. Untuk itu, keputusan menggunakan suatu jasa dipengaruhi oleh dua faktor yang meliputi sikap orang lain dan faktor keadaan/situasi.

Menurut Kotler, proses keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan konsumen. Pengambilan keputusan merupakan suatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang yang ditawarkan. Proses keputusan pembelian merupakan bagian dari perilaku konsumen. Dimana pada tahap proses keputusan pembelian konsumen membentuk preferensi atas berbagai macam pilihan produk/jasa. Konsumen mungkin juga membentuk niat untuk membeli atau menggunakan produk yang dibutuhkan. Kotler dan Keller menjelaskan bahwa proses pengambilan keputusan merupakan proses psikologis dasar yang memainkan peranan penting dalam memahami bagaimana konsumen secara aktual mengambil keputusan pembelian. Proses pengambilan keputusan diawali dengan adanya kebutuhan yang berusaha untuk dipenuhi. Pemenuhan kebutuhan ini terkait dengan beberapa alternatif sehingga perlu dilakukan evaluasi yang bertujuan untuk memperoleh alternatif terbaik dan persepsi konsumen.

Oleh karena itu, proses keputusan dipengaruhi dua faktor yang meliputi sikap orang lain dan faktor situasi. Sikap orang lain seperti ajakan rekan ini



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

menunjukkan sejauh mana orang lain dapat mempengaruhi pengambilan keputusan seseorang. Sementara itu, faktor situasi yaitu keadaan/situasi ekonomi dapat berpengaruh terhadap proses keputusan penggunaan jasa.

Fenomena yang terjadi di masyarakat yang menjadi konsumen KSU Surya Muhammadiyah adalah kebanyakan masyarakat memutuskan menggunakan jasa KSU dalam hal pembiayaan adalah untuk memenuhi kebutuhan hidup, seperti kebutuhan sekunder masyarakat yaitu untuk pembelian handphone, laptop. Bahkan ada juga beberapa dari mereka yang menggunakan pembiayaan di KSU untuk membayar hutang. Selain itu, ajakan rekan dan dorongan dari keluarga juga menjadi salah satu faktor mempengaruhi keputusan untuk menggunakan jasa KSU Surya Muhammadiyah.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui keputusan masyarakat menggunakan jasa KSU Surya Muhammadiyah. Faktor-faktor dalam penelitian ini adalah faktor sosial dan faktor pribadi, berdasarkan rumusan masalah yang diajukan, kemudian dilakukan analisis data, serta pembahasan pada bab sebelumnya dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Faktor sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan masyarakat menggunakan jasa KSU Surya Muhammadiyah, dengan nilai  $t$  hitung sebesar 2,254 sedangkan  $t$  tabel sebesar 2,012 atau  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel dan tingkat signifikansi  $0,026 > 0,05$ . Dengan demikian  $H_1$  diterima dan  $H_0$  ditolak
2. Faktor pribadi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan masyarakat menggunakan jasa KSU Surya Muhammadiyah, dengan nilai  $t$  hitung sebesar 3,093 sedangkan  $t$  tabel sebesar 2,012 atau  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel dan tingkat signifikansi  $0,003 < 0,05$ . Dengan demikian  $H_2$  diterima dan  $H_0$  ditolak
3. Faktor sosial dan pribadi secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan masyarakat menggunakan jasa KSU Surya Muhammadiyah. Dimana nilai sig  $0,000 < 0,005$  dan  $F$  hitung  $79,385 >$   $F$  tabel 3,20 maka dapat disimpulkan bahwa  $H_3$  diterima dan  $H_0$  ditolak

#### B. Implikasi

Berdasarkan hasil penelitian, dapat dikemukakan implikasi sebagai berikut:

1. Setiap individu memiliki alasan sendiri untuk menjatuhkan keputusannya menggunakan suatu jasa. Faktor penentu keputusan dapat sama disetiap masyarakat suatu daerah, akan tetapi tidak menutup kemungkinan dapat juga berbeda pada masyarakat daerah lain.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sunha Jambi

2. Faktor pribadi yang dalam hal ini adalah keadaan ekonomi seseorang mempunyai pengaruh terhadap keputusan menggunakan jasa koperasi. Masyarakat yang keadaan ekonominya kurang mampu tentunya menjadi alasan untuk menggunakan jasa pembiayaan koperasi.
3. Hasil penelitian ini digunakan sebagai masukan bagi KSU Surya Muhammadiyah dan koperasi lainnya. Mempelajari perilaku konsumen dengan memperhatikan karakteristik konsumen.

### C. Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, peneliti menyadari masih terdapat banyak kekurangan didalamnya. Untuk itu, peneliti mengusulkan saran yang diharapkan bermanfaat untuk peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian terkait faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan menggunakan jasa koperasi. Adapun saran-saran yang diusulkan adalah sebagai berikut:

1. Ketua dan karyawan KSU Surya Muhammadiyah hendaknya memberikan pelayanan yang lebih efektif kepada konsumen dan calon konsumen
2. Apabila jumlah konsumen mengalami penurunan, hendaklah perlu diperhatikan faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi minat konsumen dalam memilih pembiayaan di KSU Surya Muhammadiyah Desa Pematang Kolim
3. Sarana dan prasarana dari KSU Surya Muhammadiyah haruslah lengkap demi keamanan dan kenyamanan konsumen maupun calon konsumen
4. Pihak KSU Surya Muhammadiyah juga disarankan lebih meningkatkan strategi persaingan terhadap perusahaan sejenis baik dalam melakukan pelayanan maupun promosi sehingga masyarakat dapat lebih mengenal atau mengetahui mengenai sistem syariah
5. Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi dan acuan penelitian selanjutnya
6. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan bisa menemukan faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan masyarakat menggunakan jasa koperasi.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi



## DAFTAR PUSTAKA

### Al-Qur'an

Kementrian Agama RI Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Quran. *Al-Qur'an dan Terjemahan*. (Surabaya: Penerbit Nur Ilmu, 2020)

### Buku

Aripin, Zaenal. *Marketing Management*. Sleman: Deepublish. 2021.

Donni Juni Priansa, *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*, Bandung: Alfabeta, 2017.

Echdar, Saban. *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis*. Bogor: Ghalia Indonesia. 2017.

Firmansyah, M Anang. *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Yogyakarta: DEEPUBLISH (Group Penerbitan CV BUDI UTAMA). 2018.

Khaf, Monzer. *Ekonomi Islam*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. 1995.

Mangkunegara, Awan Prabu. *Perilaku Konsumen Edisi Revisi Cet. Ke-2*. Bandung: PT. Refika Aditama. 2002.

Muhammad dan Alimin. *Etika dan Perlindungan Konsumen Dalam Ekonomi Islam*. Yogyakarta: BPFb. 2004.

Safri, Hendra. *Pengantar Ilmu Ekonomi* (Palopo: Lembaga Penerbit Kampus IAIN Palopo, 2018).

Sattar. *Buku Ajar Ekonomi Koperasi*. Yogyakarta: Penerbit Deepublish. 2017.

Simamora, Bilson. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama. 2000.

Sitio, Arifin dan Halomoan Tamba. *Koperasi: Teori dan Praktek*. Jakarta: Erlangga. 2001.

Soemitra, Andri. *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah, Cet. 1*. Jakarta: Kencana Prenadamedia. 2009.

Soeratno, Arsyad. *Metodologi Penelitian Untuk Ekonomi dan Bisnis*. Yogyakarta: UUP STIM YKPN. 2008.

Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta. 2015.

Sujarweni, Wiratna. *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press. 2015.

## Jurnal dan Penelitian Terdahulu

Bakar Akbar, Abu. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS)". *Jurnal Edunomika* 5. no. 2. (2021)

Darmawan, Jeri. "Pengaruh Faktor Psikologis dan Faktor Sosial Terhadap Keputusan Anggota Dalam Memilih Pembiayaan Musyarakah Pada BMT Mitra Arta Pekanbaru". Tesis UIN Suska Riau. (2019).

Dewi, Nourma. "Regulasi Keberadaan Baitul Maal wat Tamwil (BMT) dalam Sistem Perekonomian di Indonesia". *Jurnal Serambi Hukum* 11. no. 1. (2017).

Fatimah, Siti dan Amalia Nuril Hidayati. "Pengaruh Faktor Budaya, Faktor Sosial, Faktor Pribadi, dan Faktor Psikologis Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hijab (Studi Kasus Pada Konsumen Alma Gallery Shop Tulungagung)". *Jurnal Ekonomika*. 6. no. 2. (2022)

Ghozali, Imam. "Aplikasi Analisis Multivariant Dengan Program IBMS SPSS 23 Edisi 7". Semarang : Universitas Diponegoro. 2016.

Hamid, Abdul. "Teori Konsumsi Islam Dalam Peningkatan Ekonomi Umat". *Jurnal EBIS* 3. no. 2. (2018).

Jalaludin dan Reza Audia. "Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Keputusan Masyarakat Menjadi Anggota Koperasi Syariah 212 (Studi Kasus di Bank Aceh dan Aceh Besar)". *Jurnal Perspektif Ekonomi Darussalam* 5. no. 2. (2019).

Marlina, Ropi dan Yola Yunisa Pratami. "Koperasi Syariah Sebagai Solusi Penerapan Akad Syirkah Yang Sah". *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah* 1. no. 2. (2017).

Putri, Nur Aini Yandana Anggi Merisa. "Peranan Koperasi Syariah Dalam Mengatasi Kemiskinan Di Kota Surabaya". *Jurnal Hukum Bisnis Islam* 8. no. 1. (2018).

Putri, Rini Mega. dkk. "Kinerja dan Strategi Pengembangan PRIMKOPTI Kabupaten Pesawaran Provinsi Lampung". *Jurnal Agribisnis* 5. no. 2. (2017).

Ramadhan, Masri. Syahidin, Syarifudin. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Menggunakan Jasa Kantor POS Cabang Takengon Kabupaten Aceh Tengah". *Journal of Economics Review* 4. no. 2. (2022)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sunha Jambi

2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sunha Jambi

Rismawan. "Analisis Pengaruh Faktor Budaya, Faktor Sosial, Faktor Pribadi, Faktor Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Asuransi Jiwa Bumiputera Lhokseumawe". *Jurnal Pena Almuslim* 19. no. 2. (2022)

Rusydiana, Aam S. dan Irman Firmansyah. "Strategi Pengembangan Lembaga Keuangan Mikro Syariah Di Indonesia: Pendekatan Matriks IFAS dan EFAS". *Jurnal Ekonomi Islam* 9. No. 1. (2018).

Sitepu, Camelia Fanny dan Hasyim. "Perkembangan Ekonomi Koperasi di Indonesia". *Jurnal Niagawan* 7. no. 2. (2018).

Subhan, Muhamad. "Startegi Pemasaran Syari'ah Pada BMT Al-Amanah Dalam Meningkatkan Modal dan Penyaluran Pembiayaan". *Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 2. no. 1. (2018).

Suprihati, Sumadi, Muhammad Tho'in. "Pengaruh Religiusitas, Budaya, Pengetahuan Terhadap Minat Masyarakat Menabung di Koperasi Syariah". *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 7. no. 1. (2021)

### Sumber Lainnya

"Uji Asumsi Klasik", *konsultanstatistik.com*. 27 Juni 2022.  
<https://www.konsultanstatistik.com/2009/03/uji-asumsi-klasik.html?m=1>

Anwar Hidayat, "Uji F dan Uji T" *statistikian.com*. 27 Juni 2022.  
<https://www.tatistikian.com/2013/01/uji-f-dan-uji-t.html?amp>

Arya. "Pengertian dan Contoh Koperasi Serba Usaha (KSU)". *thecronutproject.com*, 21 Juni 2022

Dian Ayunita Nugraheni Nurmala Dewi. "Modul Uji Validitas dan Reliabilitas".  
<https://www.researchgate.net/publication/328600462>. 2018.

Purnama. Wawancara Pribadi. 11 Januari 2022

Ria Maryani. Wawancara Pribadi. 5 Januari 2022

Sofian. "Koperasi Syariah Sebagai Solusi Keuangan Masyarakat: Antara Religiusitas, Trend, dan Kemudahan Layanan". Makalah Seminar 9<sup>th</sup> Industrial Research Workshop and National Seminar

Undang Undang Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 1992

Lampiran 1

**DAFTAR KUESIONER**  
**PENGARUH FAKTOR SOSIAL DAN PRIBADI TERHADAP**  
**KEPUTUSAN MASYARAKAT MENGGUNAKAN JASA KSU SURYA**  
**MUHAMMADIYAH DESA PEMATANG KOLIM**

Hal : Permohonan Pengisian Angket Atau Kuesioner  
Kepada Yth : Bapak/Ibu/Sdr/I Konsumen KSU Surya Muhammadiyah  
Di tempat

*Assalamu 'alaikum wr.wb.*

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Richa Luthfiatun Nisa' Octaviandini

NIM : 502180048

Jurusan : Perbankan Syariah

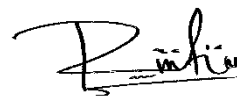
Mohon bantuan Bapak/Ibu/Sdr/I untuk mengisi angket terlampir guna kepentingan dalam penulisan skripsi yang berjudul : **“PENGARUH FAKTOR SOSIAL DAN PRIBADI TERHADAP KEPUTUSAN MASYARAKAT MENGGUNAKAN JASA KSU SURYA MUHAMMADIYAH DESA PEMATANG KOLIM”**.

Data-data yang disampaikan dalam angket ini sangat penting untuk penulisan skripsi sebagai salah satu syarat kelulusan dalam memperoleh gelar strata 1 (S1) dan data yang Bapak/Ibu/Sdr/I berikan semata-mata untuk kepentingan akademik dan dijamin keberhasilannya.

Atas kesediaan Bapak/Ibu/Sdr/I dalam pengisian angket ini saya sampaikan terimakasih.

*Wassalamu 'alaikum wr.wb.*

Jambi, Juni 2022



Richa Luthfiatun Nisa' Octaviandini



## 1. Data Pribadi

Nama :  
Jenis Kelamin : Laki-Laki / Perempuan  
Umur :  
Alamat :  
Pendidikan Terakhir : a) SD c) SLTA  
b) SLTP d) Diploma/Sarjana  
Pekerjaan :

## 2. Petunjuk Pengisian Kuesioner

Mohon baca tiap butir pernyataan, kemudian pilih salah satu dari 5 jawaban yang sangat sesuai dengan keadaan saudara, dengan memberikan tanda ceklist atau centang ( $\surd$ ) pada keterangan :

5. SS : Sangat Setuju  
4. S : Setuju  
3. N : Netral  
2. TS : Tidak Setuju  
1. STS : Sangat Tidak Setuju

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

### 3. Daftar Pernyataan

#### a. Faktor Sosial

No	Pernyataan	SS (5)	S (4)	N (3)	TS (2)	STS (1)
1	Saya menggunakan jasa KSU Surya Muhammadiyah karena pengaruh ajakan rekan kerja					
2	Saya menggunakan jasa KSU Surya Muhammadiyah karena melihat teman menjadi anggota KSU Surya Muhammadiyah dan juga telah menggunakan pembiayaan yang ada di KSU Surya Muhammadiyah					
3	Saya menggunakan jasa KSU Surya Muhammadiyah karena dorongan dari suami/istri					
4	Saya menggunakan jasa KSU Surya Muhammadiyah karena pengaruh dorongan saudara-saudara saya yang lebih dulu menjadi anggota KSU Surya Muhammadiyah					
5	Saya memilih menggunakan jasa KSU Surya Muhammadiyah karena profesi saya					

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sultthan Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sultthan Jambi

## b. Faktor Pribadi

No	Pernyataan	SS (5)	S (4)	N (3)	TS (2)	STS (1)
1	Saya menggunakan jasa KSU Surya Muhammadiyah untuk kebutuhan pokok					
2	Saya menggunakan jasa KSU Surya Muhammadiyah untuk kebutuhan sekunder					
3	Saya menggunakan jasa KSU Surya Muhammadiyah untuk modal kerja					
4	Saya menggunakan jasa KSU Surya Muhammadiyah untuk membayar hutang					
5	Saya menabung menggunakan jasa KSU Surya Muhammadiyah					

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sulthan Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sulthan Jambi

**c. Keputusan Masyarakat dalam Menggunakan Jasa KSU Surya Muhammadiyah**

No	Pernyataan	SS (5)	S (4)	N (3)	TS (2)	STS (1)
1	Saya tertarik saat pertama kali melihat dan mendengar produk yang ditawarkan KSU Surya Muhammadiyah					
2	Jasa yang diberikan KSU Surya Muhammadiyah membuat saya tertarik dan mau menggunakan produk dari KSU Surya Muhammadiyah					
3	Saya menggunakan jasa KSU Surya Muhammadiyah karena sesuai dengan prinsip syariah					
4	Saya menjadi anggota dan konsumen pada KSU Surya Muhammadiyah karena pelayanannya yang baik					
5	Karena jasa KSU Surya Muhammadiyah sangat bermanfaat membuat saya mempromosikan ke lingkungan sekitar					

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sunthha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sunthha Jambi

## Lampiran 2

### Daftar Wawancara

1. Bagaimana sejarah berdirinya Koperasi Serba Usaha (KSU) Surya Muhammadiyah?
2. Apa visi dan misi KSU Surya Muhammadiyah?
3. Berapa konsumen dari KSU Surya Muhammadiyah?
4. Konsumen berasal dari manasaja?
5. Apasaja produk tabungan di KSU Surya Muhammadiyah?
6. Apasaja pembiayaan di KSU Surya Muhammadiyah?
7. Bagaimana penyaluran pembiayaan di KSU Surya Muhammadiyah selama 4 tahun terakhir?
8. Dimana letak geografis KSU Surya Muhammadiyah?
9. Apakah KSU Surya Muhammadiyah adalah cabang dari Baitut Tamwil Muhammadiyah (BTM) Taqwa Singkut?
10. Koperasi apasaja yang berada di Desa Pematang Kolim dan Desa Mekar Sari serta berapa jumlah konsumen masing-masing koperasi?

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

### Lampiran 3

Responden	Faktor Sosial (X1)						Faktor Pribadi (X2)						Keputusan Masyarakat (X3)					
	Item1	Item2	Item3	Item4	Item5	Total	Item1	Item2	Item3	Item4	Item5	Total	Item1	Item2	Item3	Item4	Item5	Total
1	5	5	5	5	5	25	4	3	4	4	5	20	5	5	4	4	5	23
2	3	5	4	3	4	19	3	3	3	4	4	17	4	3	3	3	5	18
3	5	4	4	4	5	22	5	5	4	4	5	23	5	5	5	4	5	24
4	5	5	5	5	4	24	5	4	5	5	5	24	5	5	5	4	4	23
5	4	4	4	5	5	22	5	4	4	5	5	23	5	5	5	4	4	23
6	5	5	5	5	5	25	4	3	4	3	4	18	4	4	5	4	5	22
7	5	5	5	3	3	21	5	5	5	4	4	23	4	5	5	5	4	23
8	5	5	5	5	5	25	5	4	5	4	4	22	5	5	4	5	5	24
9	5	5	5	5	5	25	4	4	5	5	5	23	5	4	5	4	5	23
10	5	4	3	3	4	19	3	3	3	3	4	16	4	4	4	5	4	21
11	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
12	5	5	3	3	3	19	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
13	5	5	5	3	3	21	5	5	5	5	4	24	5	4	5	5	5	24
14	4	3	4	2	4	17	3	2	3	3	4	15	3	4	3	4	3	17
15	5	4	4	5	5	23	4	3	4	4	4	19	5	5	5	5	5	25
16	4	4	3	3	3	17	5	3	3	3	3	17	3	3	4	5	3	18
17	4	4	4	3	4	19	4	4	4	4	3	19	4	4	4	3	4	19
18	4	4	4	3	3	18	4	4	4	4	3	19	3	4	4	4	4	19
19	5	4	4	4	4	21	4	4	5	4	3	20	4	4	4	3	4	19
20	4	3	3	3	4	17	3	3	3	3	3	15	3	3	4	3	3	16
21	4	4	4	3	4	19	4	4	4	4	4	20	3	4	4	4	4	19
22	3	3	4	3	4	17	4	3	4	4	4	19	4	4	4	4	3	19
23	3	5	5	4	5	22	5	3	4	4	3	19	4	5	4	4	5	22
24	5	5	4	4	3	21	3	3	5	4	4	19	5	3	5	4	5	22
25	4	5	4	3	4	20	3	3	4	4	3	17	4	4	4	4	4	20
26	4	5	4	4	5	22	3	3	4	4	4	18	5	4	3	4	5	21
27	4	5	4	4	4	21	4	3	4	3	4	18	4	3	4	4	3	18
28	4	3	5	5	4	21	3	5	5	4	5	22	5	4	4	4	5	22
29	4	4	4	4	5	21	5	4	4	4	5	22	5	4	4	5	5	23
30	4	4	3	3	4	18	4	4	5	4	4	21	4	3	4	4	5	20
31	4	5	4	4	5	22	4	4	3	3	4	18	4	4	4	4	5	21
32	5	5	5	4	5	24	4	3	4	3	4	18	5	4	5	4	5	23
33	4	5	5	3	4	21	4	3	4	3	4	18	4	4	4	4	4	20
34	4	4	4	4	5	21	3	3	3	4	4	17	4	4	4	4	4	20
35	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
36	5	2	4	5	4	20	2	1	4	3	1	11	5	2	4	3	2	16
37	5	2	4	5	4	20	2	1	4	3	1	11	5	2	4	3	2	16
38	4	4	4	3	4	19	4	4	3	4	3	18	4	4	3	4	3	18
39	4	3	2	3	4	16	4	4	3	3	4	18	3	3	3	4	4	17
40	4	5	5	5	4	23	4	5	5	5	5	24	4	4	5	4	5	22
41	4	5	5	4	5	23	5	4	5	3	3	20	4	5	5	4	4	22
42	5	4	4	5	4	22	5	4	4	3	5	21	4	5	4	5	5	23
43	5	4	3	4	3	19	5	4	4	4	4	21	4	4	4	4	4	20
44	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
45	3	4	3	2	4	16	3	2	3	4	2	14	1	2	3	1	4	11
46	4	4	4	2	4	18	1	2	4	4	4	15	4	3	4	4	4	19
47	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
48	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
49	4	4	4	4	4	20	4	3	3	3	4	17	3	3	4	4	4	18
50	5	4	4	4	4	21	5	5	4	4	5	23	3	4	3	4	5	19

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

Lampiran 4

Faktor Sosial

Uji Validitas

Correlations

		item1	item2	item3	item4	item5	total
item1	Pearson Correlation	1	.134	.243	.507**	.019	.546**
	Sig. (2-tailed)		.355	.089	.000	.894	.000
	N	50	50	50	50	50	50
item2	Pearson Correlation	.134	1	.494**	.132	.205	.589**
	Sig. (2-tailed)	.355		.000	.360	.154	.000
	N	50	50	50	50	50	50
item3	Pearson Correlation	.243	.494**	1	.514**	.401**	.790**
	Sig. (2-tailed)	.089	.000		.000	.004	.000
	N	50	50	50	50	50	50
item4	Pearson Correlation	.507**	.132	.514**	1	.507**	.807**
	Sig. (2-tailed)	.000	.360	.000		.000	.000
	N	50	50	50	50	50	50
item5	Pearson Correlation	.019	.205	.401**	.507**	1	.628**
	Sig. (2-tailed)	.894	.154	.004	.000		.000
	N	50	50	50	50	50	50
total	Pearson Correlation	.546**	.589**	.790**	.807**	.628**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	50	50	50	50	50	50

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suah Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suah Jambi

## Faktor Pribadi

### Correlations

		item1	item2	item3	item4	item5	total
item1	Pearson Correlation	1	.726**	.357*	.344	.495**	.778**
	Sig. (2-tailed)		.000	.011	.015	.000	.000
	N	50	50	50	50	50	50
item2	Pearson Correlation	.726**	1	.518**	.579**	.675**	.915**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	50	50	50	50	50	50
item3	Pearson Correlation	.357*	.518**	1	.592**	.331	.678**
	Sig. (2-tailed)	.011	.000		.000	.019	.000
	N	50	50	50	50	50	50
item4	Pearson Correlation	.344	.579**	.592**	1	.484**	.731**
	Sig. (2-tailed)	.015	.000	.000		.000	.000
	N	50	50	50	50	50	50
item5	Pearson Correlation	.495**	.675**	.331	.484**	1	.787**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.019	.000		.000
	N	50	50	50	50	50	50
total	Pearson Correlation	.778**	.915**	.678**	.731**	.787**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	50	50	50	50	50	50

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sultha Jambi

2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sultha Jambi



## Faktor Keputusan Masyarakat

### Correlations

		item1	item2	item3	item4	item5	total
item1	Pearson Correlation	1	.435**	.571**	.476**	.320**	.748**
	Sig. (2-tailed)		.002	.000	.000	.024	.000
	N	50	50	50	50	50	50
item2	Pearson Correlation	.435**	1	.482**	.622**	.532**	.825**
	Sig. (2-tailed)	.002		.000	.000	.000	.000
	N	50	50	50	50	50	50
item3	Pearson Correlation	.571**	.482**	1	.437**	.323**	.726**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.002	.022	.000
	N	50	50	50	50	50	50
item4	Pearson Correlation	.476**	.622**	.437**	1	.374**	.768**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.002		.008	.000
	N	50	50	50	50	50	50
item5	Pearson Correlation	.320**	.532**	.323**	.374**	1	.691**
	Sig. (2-tailed)	.024	.000	.022	.008		.000
	N	50	50	50	50	50	50
total	Pearson Correlation	.748**	.825**	.726**	.768**	.691**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	50	50	50	50	50	50

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sultha Jambi

2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sultha Jambi

### Faktor Sosial

## Uji Reliabilitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.701	5

### Faktor Pribadi

Reliability Statistics

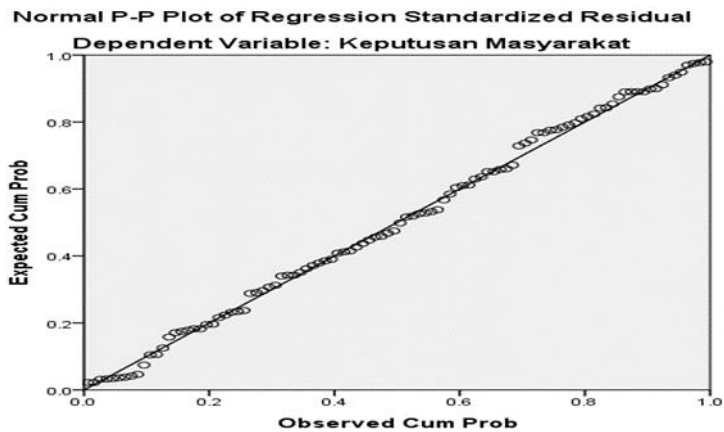
Cronbach's Alpha	N of Items
.838	5

### Faktor Keputusan Masyarakat

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.805	5

## Uji Normalitas



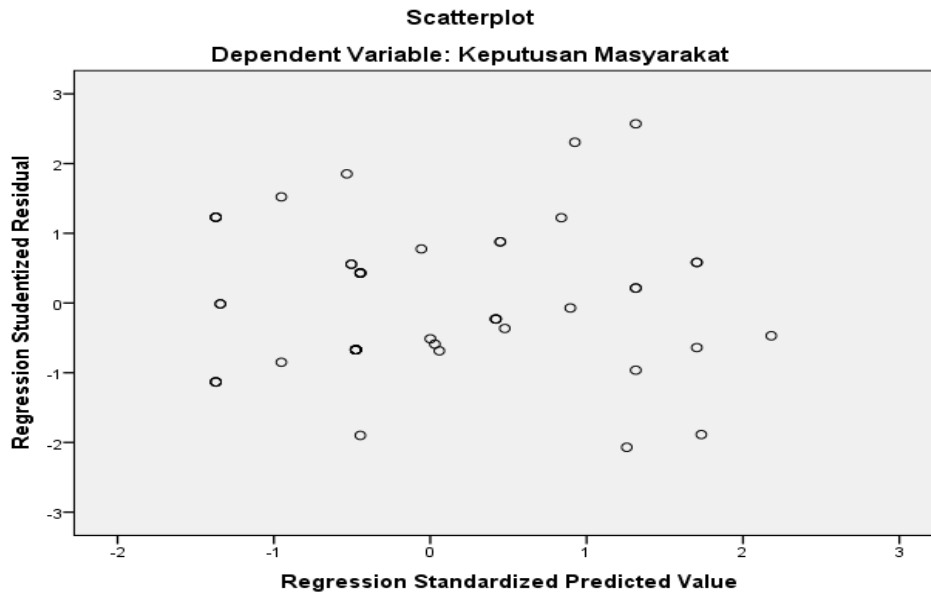
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sultha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sultha Jambi

## Uji Heteroskedastisitas



## Uji Multikolinearitas

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Faktor Sosial	.724	1.382
	Faktor Pribadi	.724	1.382

a. Dependent Variable: Keputusan Masyarakat

## Uji Autokorelasi

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.878 <sup>a</sup>	.772	.762	1.438	2.332

a. Predictors: (Constant), Faktor Pribadi, Faktor Sosial

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sultha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sultha Jambi

## Uji t

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.361	2.439		1.378	.171
	Faktor Sosial	.327	.145	.250	2.254	.026
	Faktor Pribadi	.407	.131	.343	3.093	.003

a. Dependent Variable: Keputusan Masyarakat

## Uji F

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	328.327	2	164.163	79.385	.000 <sup>b</sup>
	Residual	97.193	47	2.068		
	Total	425.520	49			

a. Dependent Variable: Keputusan Masyarakat

b. Predictors: (Constant), Faktor Pribadi, Faktor Sosial

## Koefisien Determinasi

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.878 <sup>a</sup>	.772	.762	1.438

a. Predictors: (Constant), Faktor Pribadi, Faktor Sosial

## Lampiran 5

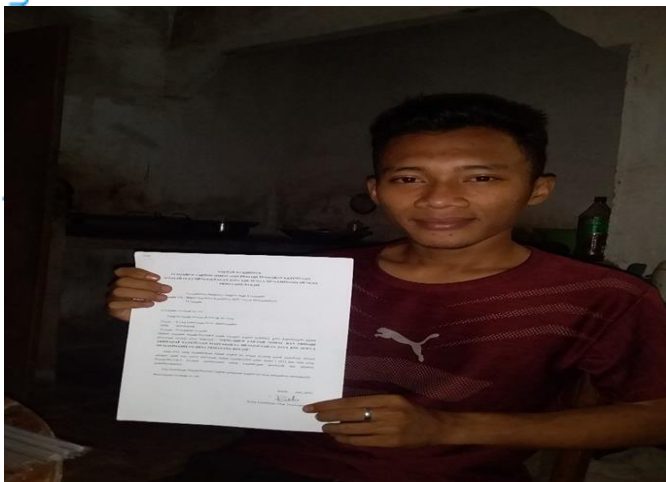
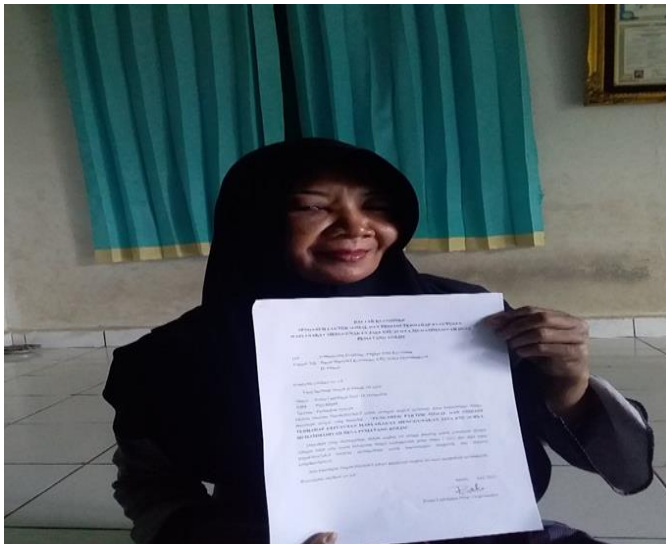
### Dokumentasi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suha Jambi



Kegiatan Transaksi di KSU Surya Muhammadiyah



Pengisian Kuesioner Oleh Konsumen KSU Surya Muhammadiyah

## RIWAYAT HIDUP



Nama : Richa Luthfiatun Nisa Octaviandini  
Tempat Tanggal Lahir : Jambi, 02 Oktober 2000  
Alamat Asal : Jl. Sudirman Rt. 15 Dusun II  
Sukajadi Desa Payo Lebar Kec.  
Singkut Kab. Sarolangun Prov. Jambi  
Nomor Induk Mahasiswa : 502180048  
Jurusan : Perbankan Syariah  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Nama Orang Tua  
Ayah : Rochmatul Latief Andi Suprpto  
Ibu : Mayang Sari  
Alamat Email : [richalnv22@gmail.com](mailto:richalnv22@gmail.com)  
Pendidikan : - SDN 57/VII Sei Benteng I  
- SMPN 4 Sarolangun  
- SMKS Muhammadiyah Singkut  
**Motto Hidup** : **“Kesabaran adalah obat terbaik untuk setiap masalah”**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sunandajambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sunandajambi